



**Turismo Comunitario como eje de desarrollo local: comunidad de Huaycopungo en la
parroquia San Rafael cantón Otavalo**

Borja Marcillo, Denisse Gissela y Borja Marcillo, Steeven Leonel

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera e Ingeniero en Administración
Turística y Hotelera

Mgs. Paladines, Gustavo Vladimir

19 de marzo del 2021



Document Information

Analyzed document	PROYECTO DE TESIS BORJAS TURISMO COMUNITARIO.docx (D98866046)
Submitted	3/19/2021 10:07:00 AM
Submitted by	
Submitter email	dgborja@espe.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	gvpaladines.espe@analysis.arkund.com

Sources included in the report

W	URL: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8888/1/T-UCE-0004-01.pdf Fetched: 1/6/2021 4:17:43 AM	3
W	URL: https://base.socioeco.org/docs/1502-1055_patinoa.pdf Fetched: 3/30/2020 5:15:19 PM	1
SA	Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / 7.0 TESIS PVM.docx Document 7.0 TESIS PVM.docx (D59006935) Submitted by: kbmarmol@espe.edu.ec Receiver: gvpaladines.espe@analysis.arkund.com	6
W	URL: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13385/1/47954_1.pdf Fetched: 1/6/2021 5:49:04 PM	1
SA	TESIS MOLINA SUQUILANDA.docx Document TESIS MOLINA SUQUILANDA.docx (D62728827)	1
W	URL: https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17143/1/Tesis%20lista%20Pilar.pdf Fetched: 7/20/2020 2:42:40 PM	6
W	URL: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9805/1/T-UCE-0001-0314.pdf Fetched: 1/6/2021 12:03:52 AM	6
W	URL: https://docplayer.es/57808722-Universidad-regional-autonoma-de-los-andes-unlandes.html Fetched: 12/17/2019 3:25:45 PM	1
SA	Candelejo Tesis.docx Document Candelejo Tesis.docx (D63071898)	2
SA	Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / TESIS-AGILA-LASCANO..docx Document TESIS-AGILA-LASCANO..docx (D54008115) Submitted by: starlin_1994@hotmail.es Receiver: mprea.espe@analysis.arkund.com	1
SA	Trabajo de Titulación Tuelsmo Comunitario Solo texto (1).docx Document Trabajo de Titulación Tuelsmo Comunitario Solo texto (1).docx (D62843197)	1


 Ing. Gustavo Paladines, Mgs
 1711240042



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **"Turismo Comunitario como eje de desarrollo local: comunidad de Huaycopungo en la parroquia San Rafael cantón Otavalo"** fue realizado por los señores Borja Marcillo, Denisse Gissela y Borja Marcillo, Steeven Leonel el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 19 de marzo de 2021

Firma:

.....
Ing. Paladines, Gustavo Vladimir, Mgs,

C. C 1711240042



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotros, **Borja Marcillo, Denisse Gissela y Borja Marcillo, Steeven Leonel**, con cédulas de ciudadanía n°1721774261 y 1723551964, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Turismo Comunitario como eje de desarrollo local: comunidad de Huaycopungo en la parroquia San Rafael cantón Otavalo** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 19 de marzo del 2021

Firma

.....*Denisse Borja*.....

Borja Marcillo, Denisse Gissela

C.C.:1721774261

Firma

.....*Steeven Leonel*.....

Borja Marcillo, Steeven Leonel

C.C.:1723551964



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotros **Borja Marcillo, Denisse Gissela y Borja Marcillo, Steeven Leonel**, con cédulas de ciudadanía n°1721774261 y 1723551964, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Turismo Comunitario como eje de desarrollo local: comunidad de Huaycopungo en la parroquia San Rafael cantón Otavalo** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 19 de marzo del 2021

Firma

.....*Denisse Borja*.....

Borja Marcillo, Denisse Gissela

C.C:1721774261

Firma

.....*Steeven Leonel*.....

Borja Marcillo, Steeven Leonel

C.C:1723551964

Dedicatoria

A mi madre Marcia Marcillo por su esfuerzo, apoyo y su amor incondicional, es mi luz y mi ejemplo a seguir ya que me ha inculcado valores y enseñanzas que me han servido en mi vida personal y universitaria, una mujer admirable y luchadora que siempre está para mí, así como para mis hermanos gracias a ella soy quien soy.

A mi padre Leonel Borja por sus consejos, su confianza y su amor, un ser humano de corazón noble que me motiva a seguir día a día.

A mis hermanos Steeven y Andrés Borja por compartir cada momento en mi vida, por su apoyo y ayuda en cada paso que doy

A mi angelito que tengo en el cielo mi abuelita Mariana Tipán, por ser un gran ejemplo para mí que me ha enseñado que todo en la vida se logra con trabajo, esfuerzo, amor y apoyo de la familia, una mujer extraordinaria, independiente y sobre todo fuerte, con un amor profundo a Dios.

Y a toda mi familia en general que me han estado motivándome al desarrollo de esta investigación a pesar de todo lo demandante que fue por la pandemia.

Denisse Borja

Dedicatoria

A mi mamá Marcia Marcillo por siempre estar a mi lado en todo momento y siempre guiarme por el buen camino y enseñarme a nunca rendirme ante cualquier circunstancia, darme el consejo de que en la vida todo se gana con sacrificio propio y sin esperar nada de nadie y siempre ser mi ejemplo de ser una persona muy trabajador y responsable.

A mi abuelita que está en el cielo Marianita por sus consejos, sus locuras y amor incondicional.

A mi papá Leonel Borja por enseñarme valores, que una persona entre más tiene más humilde debe de ser.

A mis hermanos Denisse y Andrés Borja por compartir cada momento en mi vida, por su ayuda en cada paso que doy

A mi hija Ariana Borja que me inspira día a día a ser un hombre trabajador y lleno de sueños.

Y a toda mi familia en general que siempre han confiado en mí y cada día darme consejos y valores para ser siempre una mejor persona.

Steeven Borja

Agradecimiento

Primero quiero agradecer a Dios por la salud y la vida, por su amor infinito y bendiciones que me da todos los días, y el permitirme culminar mis estudios de tercer nivel por guiarme y cuidar de mi familia y de mí.

A mis padres por apoyar cada paso que doy, por sus sacrificios sus esfuerzos y su trabajo arduo para cumplir mis sueños y ser una profesional en la carrera que amo y disfruto, sin ellos no estaría aquí cumpliendo un proyecto más en mi vida.

A mi familia en general y a mis amigos que aportaron con su granito de arena por cada frase de motivación y apoyo.

Al Msc. Gustavo Paladines director de esta investigación por su profesionalismo, su valiosa orientación y apoyo en el desarrollo de la misma.

A la comunidad de Huaycopungo, al GAD parroquial de San Rafael y a todas las personas que estuvieron vinculadas de alguna manera con este proyecto y nos proporcionaron las facilidades necesarias para culminar la investigación

Denisse Borja

Agradecimiento

Primero agradezco a Dios por la salud y vida que me da cada día a mí y mi familia, por sus bendiciones de cumplir una meta más.

A mis padres por su esfuerzo y constancia día a día, de manera especial a mi madre Marcia por siempre ayudarme y guiarme por el buen camino y enseñarme a nunca rendirme, gracias por ayudarme a terminar mi carrera, este título es para ustedes ya que sin ustedes no estaría cumpliendo este sueño, a mi hija que es mi más grande inspiración de siempre seguir a delante, a Tania que siempre me ayudado y ha compartido el mayor tiempo universitario conmigo, A mi amiga Katty por su ayuda y guianza en cada avance y desarrollo del trabajo investigativo.

A mi familia en general y a mis amigos por cada consejo y conocimiento.

Al Msc. Gustavo Paladines por ser un excelente tutor, por su tiempo, su enseñanza y guianza en el proceso de esta investigación

Steeven Borja

Índice

Hoja de resultados de la herramienta	2
Certificación.....	3
Responsabilidad de autoría.....	4
Autorización de publicación.....	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento	8
Índice de tablas	15
Índice de figuras	16
Resumen	17
Abstract.....	18
Introducción.....	19
Importancia del Proyecto	19
Relación entre objetivos o hipótesis con el diseño de investigación	21
Objetivo general	21
Objetivos específicos.....	21
Implicaciones teóricas y prácticas del estudio.....	22
Capítulo I.....	24
Marco Teórico.....	24
Teorías de soporte.....	24
Teoría del Desarrollo Sostenible y local.....	24
Dimensiones	26
Teoría del Intercambio social	26
Marco Referencial	30
Community Based Tourism- A Success.....	31
Turismo Comunitario para San Basilio de Palenque	32

Modelo de Turismo Comunitario de la Comuna 23 de Noviembre.....	33
Turismo Comunitario Ecuador	36
Marco Conceptual.....	39
Turismo.....	39
Tipologías de Turismo	40
Turismo Alternativo.....	40
Turismo Comunitario	41
Producto Turístico.....	41
Actividad Turística	42
Atractivo Turístico.....	43
Recurso Turístico.....	43
Cultura.....	43
Comunidad Receptiva.....	43
Competitividad Turística.....	43
Desarrollo Local	44
Desarrollo Endógeno y Exógeno	44
Estrategia.....	45
Identidad Cultural.....	45
Posicionamiento.....	46
Inventario de Atractivos Turísticos.....	46
Jerarquización de Atractivos Turísticos.....	46
Normativa Legal.....	47
Capítulo II:.....	50
Marco Metodológico.....	50
Enfoque de Investigación.....	50
Enfoque Cuantitativo	51
Enfoque Cualitativo.....	51

Tipología de Investigación	52
Pregunta de Investigación	53
Procedimiento para Recolección y Análisis de Datos	53
Muestra	55
Instrumentos.....	56
Capítulo III.....	59
Resultados.....	59
Situación Actual.....	59
Macroambiente.....	60
Económico.....	60
PEA por Rama de Actividad	61
Social y Cultural	65
Fiestas o celebraciones	73
Ambiental.....	74
Microambiente.....	77
Parroquia San Rafael de la Laguna.....	77
Gastronomía	79
Atractivos Turísticos.....	80
Asociaciones de Turismo Comunitario	81
Encuesta a Turistas	82
Edad	82
Género.....	83
Lugar de Procedencia.....	84
Ocupación.....	85
Visita a la comunidad de Huaycopungo	86
Turismo comunitario en Huaycopungo	87
Motivación de visita	87

Duración de la visita	88
Época de turismo	89
Parroquias del cantón Otavalo	90
Actividades de turismo comunitario	91
Forma de viaje	91
Medio de transporte	92
Facilidades turísticas	93
Paquete turístico en Huaycopungo	93
Promoción de actividades	94
Aspectos de influencia	95
Encuestas Pobladores	96
Edad	96
Género	97
Formación académica	98
Laboral	99
Turismo Comunitario	100
Interés del GAD	101
Desarrollo local	102
Atractivos turísticos	103
Frecuencia de capacitaciones	104
Temas de capacitación	105
Asociación de turismo comunitario	106
Calidad de vida	107
Conservación de patrimonio natural y cultural	107
Triangulación de las entrevistas	109
Entrevistas 1	109
Entrevistas 2	112

Capítulo IV	115
Propuesta	115
Introducción	115
Planteamiento de estrategias	116
Evaluación de factores externos	117
Evaluación de factores internos	118
Estrategias	119
Estrategia 1: Jerarquización atractivos	121
Descripción de la estrategia	121
Objetivo de la estrategia	121
Estrategia 2: Capacitaciones a la comunidad	129
Objetivo de la estrategia:	129
Estrategia 3: Tour de turismo comunitario	131
Descripción de la estrategia	131
Objetivo de la estrategia	131
Diseño del tour turístico	133
Tour turístico	134
Mapa de la ruta turística “El encanto del Coraza”	135
Conclusiones	138
Recomendaciones	138
Bibliografía	140
Anexos	146

Índice de tablas

Tabla 1. Teorías que aportan al tema de investigación	27
Tabla 2. Sistema de indicadores de gestión del destino	33
Tabla 3. Diferencias entre los impactos generados por el turismo masivo y alternativo	40
Tabla 4. Operacionalización de las variables	54
Tabla 5. Principales organizaciones económicas	64
Tabla 6. Densidad poblacional a nivel parroquial	66
Tabla 7. Servicio de transporte.....	71
Tabla 8. Bienes de patrimonio tangible e intangible	72
Tabla 9. Recursos naturales degradados	76
Tabla 10. Atractivos turísticos	80
Tabla 11. Asociaciones de turismo rural comunitario	82
Tabla 12. Triangulación de entrevistas.....	109
Tabla 13. Fortalezas y Oportunidades.....	116
Tabla 14. Debilidades y Amenazas	116
Tabla 15. Matriz EFE	117
Tabla 16. Matriz EFI.....	118
Tabla 17. Matriz de estrategias	119
Tabla 18. Hatun Kuraka Raymi	122
Tabla 19. Vertiente Aliso Pogyo	123
Tabla 20. Vertiente Utuju Pogyo.....	124
Tabla 21. Lago San Pablo.....	125
Tabla 22. Planta totora.....	127
Tabla 23. Muelle flotante	128
Tabla 24. Capacitaciones.....	130
Tabla 25. Objetivo estratégico.....	132

Tabla 26. Itinerario del tour turístico	136
--	-----

Índice de figuras

Figura 1. Pilares del desarrollo integral ares del desarrollo integral	25
Figura 2. Factores clave de la gestión del turismo comunitario	34
Figura 3. Componentes del proyecto	36
Figura 4. Modelo de desarrollo endógeno vs exógeno.....	45
Figura 5. PEA por rama de actividad	62
Figura 6. <i>Proyección de la población 2020</i>	66
Figura 7. <i>Mapa parroquias rurales de Otavalo</i>	78
Figura 8. Edad	96
Figura 9. Género.....	97
Figura 10. Formación académica.....	98
Figura 11. Actividad laboral	100
Figura 12. Turismo comunitario	101
Figura 13. Interés del GAD	102
Figura 14. Desarrollo local.....	103
Figura 15. Difusión de atractivos.....	104
Figura 16. Frecuencia de capacitaciones.....	104
Figura 17. Capacitaciones	105
Figura 18. Asociación de turismo comunitario.....	106
Figura 19. Calidad de vida	107
Figura 20. Conservación de patrimonio	108
Figura 21. Mapa de la ruta turística ““El encanto del Coraza”	135

Resumen

El turismo comunitario se origina en los pueblos pequeños que esperan tener una alternativa económica a través de los recursos naturales que los rodean, esta es una buena razón para que las comunidades se organicen con el fin de brindar a los visitantes diferentes opciones de ocio en un mismo entorno. Es por ello que la Comunidad Huaycopungo ubicada en la Parroquia San Rafael, en la provincia de Imbabura, tiene la oportunidad de convertir al Turismo Comunitario en un eje de desarrollo local, por la riqueza natural que la rodea. A través de las estrategias propuestas en esta investigación será posible la consolidación de las actividades turísticas como la valorización comunitaria.

Por lo tanto, a través de la metodología de investigación con fuentes primarias y secundarias de manera cuantitativa y cualitativa, se obtiene como resultado la perspectiva de los habitantes sobre sus fortalezas y debilidades del turismo comunitario en esta investigación. Finalmente, en base a los componentes teóricos, estratégicos y operativos que aportan con el desarrollo local, esta investigación propone actividades a corto y largo plazo involucrando a los actores internos y externos y también a entidades privadas y públicas con servicios básicos que aportan el desarrollo local de Huaycopungo.

Palabras clave:

- **TURISMO COMUNITARIO**
- **COMUNIDAD**
- **HUAYCOPUNGO**
- **SAN RAFAEL**
- **DESARROLLO LOCAL**

Abstract

Community tourism originate into the small towns that hope an economic alternative through the natural resources around them, this is a good reason for the communities to get organized in order to give the visitors different leisure options in the same environment. For this reason, Huaycopungo Community located in Parroquia San Rafael, in the province of Imbabura, has the opportunity to turn the Community Tourism into a local development axis, because of the natural richness around. Through strategies proposed in this research it will be possible the consolidation of the touristic activities as the community valorization.

Therefore, through the research methodology with primary and secondary sources in a quantitative and qualitative ways, it gets as a result the inhabitant's perspective about the community tourism and the points of strength and weakness in this research. Finally, based on the theorist, strategic and operative components that contribute with the local development this research propose activities in the short and long term involving the internal and external actors and also private and public entities with basic services that contribute de local development of Huaycopungo

Keywords:

- **COMMUNITY TOURISM**
- **COMMUNITY**
- **HUAYCOPUNGO**
- **SAN RAFAEL**
- **LOCAL DEVELOPMENT**

Introducción

Importancia del Proyecto

La parroquia San Rafael de la Laguna, está ubicada en la provincia de Imbabura cantón Otavalo a 7.5 km de la misma ciudad y a 34.4 km de la capital provincial Ibarra; se creó el 7 de junio de 1884, posee una extensión de 18.13 km² según los límites que consta en el Concejo Nacional de Límites, esta parroquia posee una población de acuerdo al último censo del año 2010 es de 5421 habitantes y representa el 5,17% de la totalidad de habitantes del cantón Otavalo; está ubicada cerca al núcleo urbano de la ciudad (Gobierno Autónomo Descentralizado, 2019). Al ser una extensión de tierras muy ricas, su economía se basa principalmente en la agricultura, especialmente para la producción de frutillas, trigo, cebada, maíz, morocho, ocas, mellocos, chochos y otros productos propios de la región; sus habitantes son hábiles artesanos y se especializan en tejer esteras de totora y canastillas de carrizo (Avilés, 2018).

La comunidad de Cochapungo/ Huaycopungo empezó a prestar sus servicios en el año 2018, este sitio turístico forma parte de la comunidad de Huaycopungo la cual está ubicada en la parroquia de San Rafael, cantón Otavalo de la provincia de Imbabura que presta los siguientes servicios: paseo en lancha, balsa de totora, voladora, motocross, gastronomía, camping para el disfrute de los visitantes (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015).

Según Palacios (2016) el turismo comunitario, es toda actividad turística solidaria que propicia la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio cultural, fundamentado en la equidad de la distribución de los beneficios locales, se ha convertido en una actividad estratégica para muchas comunidades rurales e indígenas del Ecuador.

Por tal motivo el estudio en la comunidad se desarrolla como una oportunidad donde los pobladores participan con los turistas compartiendo la riqueza natural y cultural brindando una experiencia que satisfaga al visitante, es así que este tipo de turismo también mejora la calidad de vida de la gente local y es una importante fuente económica.

Existe actualmente el acuerdo firmado para el fomento turístico que se contempla los potenciales sitios turísticos en las parroquias de Otavalo como: González Suárez, San Pablo, San Rafael y Eugenio Espejo; donde se señala fuentes de financiamiento como apoyo a la comunidad (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015). La investigación tiene la finalidad de generar nuevas actividades turísticas aprovechando el potencial que posee la localidad, las cuales permitan el desarrollo local en la comunidad de Huaycopungo en la parroquia de San Rafael, se realiza un análisis en base a la fundamentación de la teoría del desarrollo local previamente estudiada a través de fuentes de información veraz.

El presente estudio es de un enfoque mixto ya que aplica un conjunto de procesos que son críticos, empíricos y sistemáticos esto quiere decir que es un tipo de investigación que permitió recoger datos y analizarlos (Hernández Sampieri, 2014). El cual aportó con información de relevancia para las entidades públicas y privadas aprovechando los recursos naturales y culturales que se encuentran en la comunidad, provocando un desarrollo local eficiente para los pobladores y tomen como alternativa unirse a las actividades turísticas dentro de la comunidad.

Relación entre objetivos o hipótesis con el diseño de investigación

Objetivo general

Analizar el turismo comunitario como alternativa para el desarrollo local en la comunidad de Huaycopungo mediante la descripción de los factores económicos, ambientales y socio-culturales, proponiendo estrategias enfocadas a la mejora de la actividad turística.

Objetivos específicos

- Identificar a través de un diagnóstico los factores económicos, ambientales y socio culturales de la comunidad de Huaycopungo.
- Describir las características del turismo comunitario en la población de Huaycopungo parroquia San Rafael bajo las dimensiones del desarrollo local.
- Proponer estrategias basadas en el diagnóstico actual, potencializando el turismo comunitario en Huaycopungo.

Implicaciones teóricas y prácticas del estudio

El turismo ha crecido con el paso del tiempo, generando tipologías de turismo diferentes especializadas para responder a las necesidades de los consumidores cada día más exigentes con las actividades que quieren realizar en su tiempo de ocio, pero es importante mencionar que el turismo puede impactar tanto de forma negativa como positiva; es así que la sostenibilidad turística extiende los impactos positivos en el cuidado de la flora y fauna, los recursos como el agua y el suelo, el uso eficiente de la energía e igualmente busca revitalizar la cultura y estructura social (Barrera & Bahamondes, 2012). Por lo tanto, hoy en día el factor fundamental es minimizar los aspectos negativos que causan daños sobre el medio ambiente, y practicar el turismo con un enfoque sostenible y a su vez maximizar los beneficios económicos a través de la conservación ambiental.

Por lo tanto, en la globalización aparece como un fenómeno vinculado al territorio, estando ligado a la utilización y renovación de nuevas tecnologías de la información para la inserción a nuevos mercados, es un proceso que se involucra en la dinámica de las regiones y que cambia con el actuar y requerimientos de las masas sociales (Gómez & Martín, 2014). Así aparece otra visión que establece quien dispone al desarrollo local como una reacción “al proceso de globalización, ante la insuficiencia de las políticas macroeconómicas de desarrollo, para resolver problemas asociados con la creación del empleo y la mejora del bienestar social, y se centra en darle una mayor presencia a los niveles locales y regionales en la planificación del desarrollo” (Alcañiz, 2018, pág. 33). Por otro lado, el desarrollo no solo se verifica en el crecimiento económico sino en la equidad social, se trata de un proceso de evolución y cambio estructural en las decisiones políticas y económicas.

En cuanto al desarrollo local en términos turísticos, es un tema que requiere la fijación de políticas, estrategias y mecanismos especiales para involucrar a la población al desarrollo local en base al entorno natural que tenga como fundamento a la población, con la capacidad de manejar sus recursos ambientales, geográficos, históricos, culturales, en conjunto con los gobiernos locales para asumir esta responsabilidad con eficacia y eficiencia (Linares & Morales, 2014).

Capítulo I

Marco Teórico

Teorías de soporte

Teoría del Desarrollo Sostenible y local

El desarrollo sostenible nace como termino desde la época de los 90's del siglo XX por la Organización de las Naciones Unidas (UNESCO), cuyo objetivo era ayudar a los países de menor desarrollo a despegar del retraso económico y social en que se encontraban; fue entonces cuando se planteó la necesidad de promover el desarrollo en espacios territorialmente definidos; a través del tiempo se define un tipo de desarrollo denominado comunitario que no era más que un esfuerzo organizado para mejorar las condiciones de vida de una comunidad y la capacidad de integración comunitaria y autodirección (Linares & Morales, 2014).

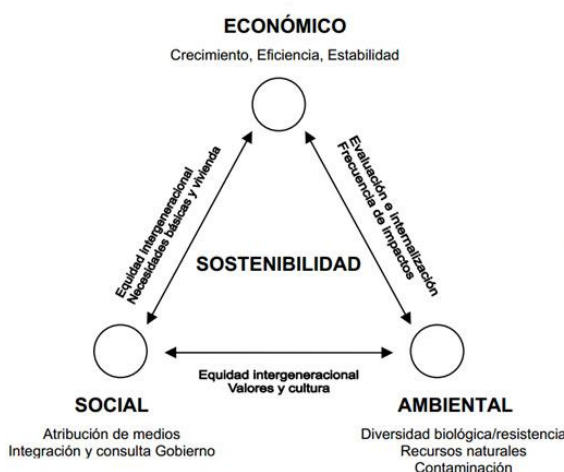
Además, la referencia a la comunidad está en relación con un territorio específico dentro del cual participan los actores locales para la construcción y promoción de su propio desarrollo siendo participes directos creando alianzas con la gobernanza. Por lo tanto, la interacción consiste en una permanente responsabilidad; mientras las sociedades locales se abastecen de recursos de su entorno y expulsan sus desechos, los ecosistemas sufren cambios y se reajustan, tales cambios se traducen en problemas ambientales que acaban resultando dañinos para el sistema socioeconómico (García E. , 2014).

El sistema económico menciona a la sostenibilidad fuerte que da mucha más importancia que la débil a las condiciones y límites que la capacidad de carga del ecosistema impone al desarrollo socioeconómico, ningún ecosistema puede soportar un crecimiento continuo ni del sistema económico ni de la población humana, por tal la utilización del potencial territorial se pueda conseguir en bienestar de la población.

El concepto de sostenibilidad o desarrollo sostenible es ciertamente complejo y transversal. Hoy en día supera claramente los límites de lo económico o lo ambiental, donde surgió, e implica múltiples ámbitos del desarrollo humano. Para analizar el concepto de sostenibilidad y sus implicaciones resulta útil descomponerlo en tres pilares o dimensiones como se puede visualizar en la Figura 1 (Munasinghe, 1993).

Figura 1.

Pilares del desarrollo integral



Nota. El gráfico representa a los pilares del desarrollo integral. Adaptado de “Problemas ambientales y decisiones económicas en países en desarrollo” (p.1730), por M. Munasinghe, 1993, *World development*, 12(11).

Entre los pilares está la sostenibilidad ambiental (uso responsable de los recursos naturales), sostenibilidad económica (eficiencia económica) y sostenibilidad social (cohesión y progreso social compartido) (Munasinghe, 1993). A partir de la teoría de sistemas, el desarrollo sostenible sería aquél en el que debido a la revolución generada desde el sistema social asume el papel natural. Para alcanzar este objetivo se requieren dos cosas:

- Limitar el impacto de las perturbaciones producidas por el sistema social.
- Incrementar la capacidad de los dos subsistemas para adaptarse a las perturbaciones

Dimensiones

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2011) las dimensiones que debe satisfacer el turismo sostenible son aquellas en las que impacta:

- Económica. - El turismo debe ser rentable, de lo contrario nadie querrá apostarle a la sostenibilidad, la comunidad va a querer obtener réditos económicos que les permita vivir del turismo como su actividad principal.
- Social. - El turismo debe propiciar el intercambio de experiencias que propicien el enriquecimiento cultural tanto de los visitantes como de la comunidad, bajo los preceptos del respeto a la cultura local su preservación y revitalización.
- Ambiental. - La misión del Turismo es colaborar en la protección del ambiente de la comunidad local, el uso de los espacios debe darse sin comprometer la posibilidad de que las futuras generaciones convivan en el mismo entorno

Cada uno de estos enfoques permite valorar la importancia que tiene cada una de las dimensiones del desarrollo local sostenible, lo que permite aprovechar los recursos y el potencial que tiene el territorio en la comunidad de Huaycopungo, así como los actores involucrados en elevar la calidad de vida de la localidad (Rivera & Rodriguez, 2012).

Teoría del Intercambio social

La teoría del intercambio social, propuesta por Homans (1961), Thibaut y Kelley (1959) y Blau (1964), intenta ser una teoría general de la interacción cuyo objeto de estudio son los fenómenos grupales a través de poder y consiste en postular que la

formación, consolidación y permanencia de cualquier tipo de relación interpersonal tiene su origen en el propio interés (Morales, 2012). Para que suceda debe existir entre ambos que interactúan espontáneamente, un cambio es decir una correspondencia entre dos personas que se da si ambas esperan lograr recompensas de ella y se mantiene si sus esperanzas se confirman, la cifra de actividades a intercambiar es usualmente ilimitado, pero lo que importa en el canje social no son las actividades específicas, sino una característica que todas poseen siendo el valor (Morales, 2012).

Basándose en la teoría del intercambio social los costes y beneficios de la actividad turística se detallan en cinco categorías: beneficios económicos, beneficios sociales, costes sociales, beneficios y costes culturales; por lo que los pobladores de Comunidad de Huaycopungo están dispuestos a potencializar el turismo comunitario; y para realizar este análisis se desarrolló una investigación profunda de diferentes autores en cuanto a las teorías del sistema turístico que apoyan al estudio y se presenta a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 1.

Teorías que aportan al tema de investigación

Teorías	Autores	Características	Esquema
Sistema turístico	Molina (1997)	El Sistema Turístico es un conjunto abierto de procedimientos relacionados e integrados con su medio ambiente, integrado por un subconjunto de subsistemas los cuales se relacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común.	-Superestructura -Infraestructura -Demanda -Atractivos naturales y culturales -El equipamiento y las instalaciones -La comunidad receptora

Teorías	Autores	Características	Esquema
Turismo Comunitario	Álvarez (2009)	El turismo comunitario contribuye de forma importante al incremento de todos ellos si se planifica y gestiona de forma adecuada y puede contribuir muy negativamente si no se da una buena planificación y gestión.	Se integra por el espacio social al centro y en su punta se encuentra el capital social, simbólico, ecológico y patrimonial, cultural, infraestructural, capital financiero
Intercambio social	Homans (1961)	Una teoría sociológica general preocupada por la comprensión de intercambio de recursos entre individuos y grupos en interacción. Se basa en un intercambio de actividad, tangible o intangible, particularmente de recompensas y costes	La comunidad, la ganancia, el uso de la base del recurso turístico y las actitudes medioambientales tenían un impacto, tanto directo como indirecto, en el apoyo al turismo.
Desarrollo Sostenible	Organización Mundial de Turismo (2015)	El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes, para lograr una participación en consenso. Es un proceso continuo y requiere seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias	Se ha creado 17 objetivos de desarrollo sostenible donde el turismo aparece en las metas de los objetivos 8, 12 y 14, que están respectivamente relacionados con el desarrollo económico inclusivo.
	Gallopín (2003)	Sostenibilidad no es lo mismo que inmovilidad, hasta los sistemas vírgenes están en permanente variación, lo que involucra la renovación y destrucción de sus componentes, adaptándose a los cambios de sus ambientes	Disponibilidad de recursos. Adaptabilidad y flexibilidad Homeostasis general: estabilidad, resiliencia, robustez

Teorías	Autores	Características	Esquema
Desarrollo local	Quintero (2010)	Conjunto de dinámicas políticas, institucionales, económicas y sociales que persiguen de manera coordinada, propósitos comunes de bienestar, convivencia y calidad de vida para todos en un territorio o localidad determinada	Se basa en un modelo conjunto en unión con: aumentar capital social, mejorar recursos humanos, aumentar capital productivo.
	Alburquerque (2002)	El desarrollo local o endógeno con un enfoque territorial, se centra en fomentar un cambio en la gestión pública que incorpore la innovación tecnológica de cambio social, institucional y cultural, sustituyendo a la visión central	Dimensiones del desarrollo territorial desarrollo humano, desarrollo social, desarrollo sustentable, desarrollo económico territorial.
	Arocena (2002)	El desarrollo local no es una acción aislada llevada adelante por un individuo o por un grupo; se trata más bien de iniciativas generadas y procesadas dentro de un sistema de negociación permanente entre los diversos actores que forman una sociedad local	La dimensión económico-productiva, la dimensión social, la dimensión política, la dimensión identitaria y la dimensión sistémica.

Es así que la teoría del desarrollo sostenible es elegida para el progreso del estudio de la comunidad de Huaycopungo, basándose en el concepto de turismo comunitario que fue primero planteado por Murphy (1985), cuando el turismo tuvo una etapa de expansión en el movimiento de las personas, ejecutándose viajes más extensos y extravagantes, así como el aumento de la competencia, en cuyo contexto propuso un enfoque ecológico y comunitario para la planificación turística en las áreas rurales con gran potencialidad turística de los países menos desarrollados (Bravo & Zambrano, 2017).

Por consiguiente, el turismo comunitario comenzó a configurarse con eficacia ya que buena cantidad de las reservas naturales del Ecuador se encuentran en manos de las comunidades indígenas, por lo que se ha fundamentado la inquietud por la protección de la variedad étnica, cultural y biológica, asociado a que su progreso se encuentra asegurado por actuales proyectos y leyes normativas; con el estudio se pretende en Huaycopungo obtener los siguientes beneficios:

- Beneficios económicos por medio de la venta de productos y servicios turísticos.
- Capacitación para la población a través de su participación en la toma de decisiones. En un caso vincularse activamente al desarrollo turístico y a los procesos de planificación (Bravo & Zambrano, 2017).

Marco Referencial

Se ha analizado diferentes estudios relacionados al turismo comunitario como alternativa de desarrollo local, obteniendo casos de éxito tanto a nivel mundial y regional. Por lo tanto, se hace una revisión teórica de lo macro a lo micro para fundamentar la investigación.

Desde el siglo XX hasta la actualidad se reconoce como base fundamental al desarrollo sostenible para el progreso turístico de los pueblos es así que la globalización ha tomado un papel fundamental para el desarrollo sostenible, creando un tipo de actividad que implica la gestión directa para minimizar los impactos sobre los recursos ambientales y culturales, y aumentar los beneficios para la comunidad, proteger sus valores y sus formas de conocimiento (Coca, 2016). Al mismo tiempo surge la idea del turismo comunitario como apoyo a las necesidades de los pobladores locales, donde plantea un uso diferente del territorio y sus recursos, tanto por quienes proporcionan el servicio, como por parte de los usuarios, pues implica prácticas de valoración ambiental

in situ (mismo lugar), el reconocimiento del patrimonio cultural de las comunidades y su interacción con las mismas (Palomino, Gasca, & López, 2016).

En este sentido, se trata de un turismo relativamente más consciente e integrado y con posibilidades de generar beneficios económicos y sociales principalmente en el nivel local, los beneficios derivados del desarrollo turístico sostenible enmarcan mejoras en la calidad de vida de la comunidad receptora, la facilidad de dar al visitante una experiencia interesante de aprendizaje combinada con un buen servicio, manteniendo la calidad del ambiente y la cultura local intactas (Santana & Atiencia, 2014). Como consecuencia se obtiene un turismo consciente a los cambios sin afectar al entorno habitual de la comunidad de Huaycopungo.

Community Based Tourism- A Success

El turismo comunitario se ha promovido, durante más de tres décadas, como un medio de desarrollo mediante el cual las necesidades sociales, ambientales y económicas de las comunidades locales se han constituido a través de la oferta de un producto turístico. Según Harold & Rosa (2009) el concepto de CBT se ha utilizado para describir proyectos e iniciativas que poseen estas características:

- Beneficios para individuos u hogares en la comunidad.
- Beneficios colectivos: creación de activos que son utilizados por la comunidad en su conjunto, carreteras, escuelas, clínicas, etc.
- Beneficios comunitarios donde hay una distribución a todos los hogares de la comunidad
- Iniciativas de conservación con beneficios comunitarios y colectivos
- Empresas conjuntas con beneficios comunitarios y / o colectivos, incluida una transferencia de gestión.

- Empresas de propiedad y gestión comunitaria
- Empresas del sector privado con beneficios para la comunidad
- Redes de productos desarrolladas para comercializar el turismo en un área local
- Empresa comunitaria dentro de una cooperativa más amplia
- Desarrollo del sector privado dentro de una reserva de propiedad comunitaria.

Existe una amplia gama de vínculos diferentes entre los proyectos y la economía local, estos vínculos son extremadamente difíciles de cuantificar, pero al aplicarlo existen casos de éxitos en diferentes partes del mundo basándose en los criterios de CBT que han apoyado a las comunidades a un desarrollo sostenible en todas sus dimensiones sociales, económicas, ambientales y políticas (Harold & Rosa, 2009).

Turismo Comunitario para San Basilio de Palenque

Este modelo de turismo comunitario se desarrolló en base a diferentes casos de éxito de los países sudamericanos cercanos a Colombia, entre ellos Ecuador; a partir de esto se analizó que cada modelo debe pasar por distintas etapas para obtener éxito en su aplicación. En principio se deben identificar los actores involucrados en el desarrollo turístico del destino y su nivel de participación en el mismo, posteriormente se establece el funcionamiento de la cadena de valor turística a través de los prestadores de servicios turísticos, para finalmente lograr la capacitación y preparación de dichos prestadores, todos pertenecientes a la comunidad (Gil, Espitia, & Sánchez, 2016). El estudio buscó alternativas para promocionar el destino de San Basilio de Palenque, donde la expectativa del visitante coincida con la oferta que se va a brindar dentro de la comunidad, para medir adecuadamente la competitividad turística en el destino se tuvieron en cuenta diferentes indicadores usados en los modelos establecidos por la Unión Europea, el Principado de Asturias y la Organización de Naciones Unidas (Gil, Espitia, & Sánchez, 2016).

Tabla 2.

Sistema de indicadores de gestión del destino

Tema	Criterio	Indicador	Propuesto por
Gestión del Destino	Nivel de satisfacción de la comunidad	Nivel de satisfacción de los residentes con el turismo (comunidad)	OMT
		Número de quejas por los residentes respecto al turismo comunitario manejado	OMT/Caso San Basilio de Palenque
	Planificación turística	Existencia de un plan turístico comunitario	
	Aceptación del turismo	% de residentes satisfechos en la participación	Sistema Indicadores
	Beneficios para la comunidad	Número de personas que participan en la actividad	OMT
	Satisfacción del cliente	% de visitantes satisfechos con la experiencia comunitaria y su regreso	Sistema de indicadores europeos
	Alianzas estratégicas	Alianzas con sector público y privado	Sistema indicadores
	Impactos	Control impactos negativos	sector Colombia

Nota. Tomado de Modelo de T.C por San Basilio de Palenque por Gil, Espitia, & Sánchez, 2016.

Modelo de Turismo Comunitario de la Comuna 23 de Noviembre

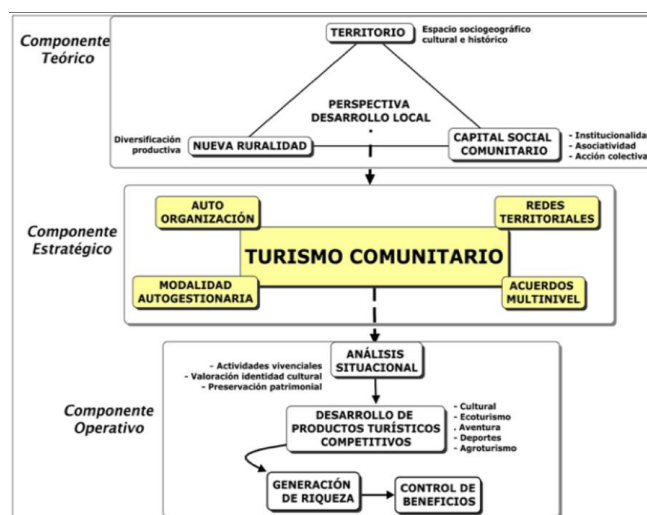
Se muestra un modelo de gestión del turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local; de la Comuna 23 de noviembre que se basa en tres componentes: teórico, estratégico, operativo. Según Bravo y Zambrano (2017) menciona los componentes del modelo comunitario:

El componente teórico, se encuentra fundamentado en el concepto del lugar como territorio socio-geográfico, cultural e históricamente construido, mediante el movimiento del capital social comunitario la variable esencial involucrada apta de crear

institucionalidad, asociación y acción colectiva, dando progreso a una nueva ruralidad basada en la diversificación productiva. El componente estratégico, constituye en sí los factores importantes que delimitan el turismo comunitario desde el aspecto del desarrollo local, contiene cuatro líneas de acción, todas relacionadas con el capital social comunitario: auto-organización: estructura de corporaciones, asociaciones, cooperativas, que aseguren la colaboración consensuada de la comunidad en la gestión turística. Finalmente, el componente operativo se encuentra encaminado a dos objetivos concretos, en los cuales pueden participar, en asesoría a la comunidad organizada, profesionales, universidades y entes públicos o privados. Por lo tanto, se crea factores de gestión como se observa en la Figura 2 que pueden ser utilizados en las comunidades de acuerdo a sus necesidades como alternativa complementaria a sus ingresos y revalorizar su patrimonio natural y cultural hacia los visitantes.

Figura 2.

Factores clave de la gestión del turismo comunitario



Nota. Adaptado de “Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador” (p.28), por O. Bravo y P. Zambrano, 2017, *Espacios*, 39(07).

En la comunidad de Huaycopungo el turismo comunitario compone una estrategia extensa tanto de desarrollo local como de afianzamiento político, siendo un medio de reivindicación y autogestión sobre sus territorios y recursos; se utiliza este modelo que fue aplicado para la comunidad 23 de Noviembre, con ciertas variantes y modificaciones para el caso de la población de San Rafael por contener los parámetros necesarios en la investigación, siendo también el propósito aplicar los componentes de la fundación CODESPA que se encuentra poblaciones indígenas y de diferente rama con alto potencial turístico que se relaciona directamente con la comunidad por el objetivo de generar recursos propios a partir del aprovechamiento de sus atractivos turísticos.

A partir de sus inicios, la propuesta de CODESPA buscó reunir a los participantes en las cadenas de turismo locales e internacionales, la organización de nuevos paquetes turísticos, de manera comercial con el progreso de la oferta, por tal incrementaron considerablemente la cifra de turistas y los ingresos en las zonas seleccionadas, lo cual fortaleció las estructuras organizativas para la actividad del turismo en cada nación. Complementariamente, el proyecto contribuyó a la inserción de las mujeres y los jóvenes en las actividades turísticas, también como al mejoramiento de las condiciones de vida y salud de varias de las comunidades implicadas.

Fundación CODESPA se basó en el turismo rural comunitario para exponer los siguientes elementos, como se puede visualizar en la Figura 3:

- Autogestión de las comunidades locales.
- Elaboración de productos turísticos que revalorizan la cultura local y mantienen el entorno natural.
- Experiencias vivenciales de los turistas en las comunidades indígenas.
- Comercialización directa por parte de las comunidades.
- Estrategias de generación de ingresos adicionales a la agricultura.

Figura 3.*Componentes del proyecto*

Nota. La figura representa los componentes del modelo de gestión del turismo comunitario. Adaptado de *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA* (p.18), por Fundación CODESPA, 2011, Desarrollo competitivo del turismo rural en los andes.

Turismo Comunitario Ecuador

El término turismo comunitario empezó a desarrollarse a finales de la década de 1980, emergieron en varios lugares del mundo comunidades de pueblos originarios y campesinos que se involucraron directamente en la planificación, operatividad y beneficios de emprendimientos turísticos (Cabanilla & Garrido, 2018). Empezó como apoyo a las áreas protegidas y la naturaleza del país para que las comunidades indígenas se involucren en el turismo y no solo se dediquen a la actividad agrícola y ganadera (Reyes & Ortega, 2017).

Por lo tanto las comunidades indígenas y rurales organizaron su propuesta propia como base el ecoturismo, adquiriendo forma jurídica en la ley de turismo de 2002, y a la vez se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como un ente de unión de esta actividad dentro del país, siendo un ejemplo para Latinoamérica y a nivel mundial; constituyendo el desarrollo local como estrategia de posicionamiento político (Bravo & Zambrano, 2017).

Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, existe una relación de los visitantes con la comunidad desde un panorama intercultural, donde se garantice el manejo de adecuado de los recursos naturales y la conservación ambiental, respeto a sus patrimonios tanto culturales como territoriales de las nacionalidades y pueblos; provocando así una equidad en la distribución de los beneficios generados por la comunidad (Cabanilla & Garrido, 2018). Se registra actualmente en FEPTCE 130 comunidades y 231 emprendimientos de turismo comunitario dentro del país, siendo el 42,85% comunidades en constante actividad y el resto tuvo una suspensión por la emigración de los líderes de la comuna, por lo tanto, la localidad no obtuvo la suficiente autogestión turística con poco conocimiento del manejo de turismo comunitario (Bravo & Zambrano, 2017).

Hay que destacar que el Ministerio de Turismo considera como requisitos fundamentales ser legalmente reconocida por la secretaria de pueblos y nacionalidades, a su vez contar con un proceso de legalización como Centro de Turismo Comunitario (Bravo & Zambrano, 2017).

El conocimiento de la situación actual del turismo comunitario permite distinguir su posible relevancia; en tal sentido, según el Ministerio de Turismo (2017), este sector representó un promedio trimestral de 11,35 % del Producto Interno Bruto (PIB), durante el año 2016, registrando un saldo positivo en la balanza turística. Se destaca casos de

éxito generados en Ecuador basados en el turismo comunitario, estos se identifican por describir experiencias gestionadas por familias organizadas por la comunidad, excluyendo las formas de gestión en asociación con organizaciones públicas o no gubernamentales (Bravo & Zambrano, 2017).

A continuación, se menciona casos que representan el turismo comunitario como alternativa económica; en primer lugar, el Centro Cultural Agua Blanca, provincia Manabí, fundamenta su oferta en la arqueología de la cultura Manteña, la última de la prehistoria ecuatoriana; ofrecen visita al museo, huertos comunitarios, servicios de alojamiento, alimentación, senderismo y artesanías, constituyendo el 24% de los ingresos de la localidad, recibiendo anualmente alrededor de 16.000 visitantes tanto nacionales como extranjeros, y cuentan con 25 guías nativos. De acuerdo a las investigaciones de Roux (2013), la comunidad de Agua Blanca demuestra que el turismo comunitario puede ser una solución para que la presencia humana y la conservación ambiental sean compatibles en zonas protegidas (Cabanilla & Garrido, 2018).

El segundo caso es la Comunidad de Capirona, provincia Napo, etnia quichua, a orillas del río Puní, introducida en la selva tropical primaria baja de Ecuador oriental; ofrece servicio de ecoturismo, los visitantes son recogidos en la capital provincial y trasladados hasta el comienzo del sendero para caminar durante dos horas por el bosque hasta la aldea. Entre las actividades figuran paseos con guías que narran mitos y leyendas de la selva y explican los usos tradicionales de plantas y flores tropicales; demostraciones del uso de recursos tradicionales como cestería, cerbatanas y participación en la minga (Bravo & Zambrano, 2017).

La “Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y Ecoturismo” (RICANCIE) está conformado por 10 comunidades, que

comercializan sus destinos y servicios turísticos. Por lo cual, el turismo en la Comunidad de Yunguilla, provincia Pichincha, es gestionado por 45 familias, a través de una corporación micro empresarial que forma parte de la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC); la oferta es ecoturismo, elaboración de quesos, yogurt, tienda comunitaria, artesanías, huertos orgánicos, cultivo y manejo de orquídeas. La localidad cuenta con unos 3.000 visitantes anuales, lo cual ha producido transformaciones económicas y sociales, tales como mayor apertura social, autoestima elevada y estandarización de los servicios ofrecidos (Roux, 2013).

Finalmente los altos niveles de pobreza en los habitantes de zonas rurales, han llevado a considerar el turismo como un medio para las comunidades campesinas, indígenas y afro ecuatorianas para que obtengan ingresos adicionales, de modo que se considera al turismo comunitario como una estrategia para el desarrollo local, la conservación de los recursos naturales y culturales y para la “construcción de relaciones más equitativas y respetuosas” (Rodas, Ullauri, Narcisa, Sanmartin, & Iliana, 2015).

Marco Conceptual

Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales (Organización Mundial de Turismo, 2008). Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico

Tipologías de Turismo

“La actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje. Cada modalidad turística engloba un grupo amplio de actividades” (Ibáñez & Rodríguez, 2017, pág. 18)

Turismo Alternativo

Según la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2004) define al Turismo Alternativo como: “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” (p.42).

Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica primordial: turismo cultural, turismo rural, agroturismo, turismo comunitario, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros. Con esto puede considerarse que el turismo alternativo representa una oportunidad para ayudar al progreso social y económico de una región o comunidad (Ibáñez & Rodríguez, 2017).

Tabla 3.

Diferencias entre los tipos de impactos generados por el turismo masivo y alternativo

Característica	Turismo de masas	Turismo alternativo
Tipo de turista	Pasivo, estático, ajeno, con bajo nivel de formación	Activo, dinámico, participativo, imaginativo, culto
Motivo principal del viaje	Sol y playa, nieve Precios bajos	Contacto con la naturaleza, cultura y gastronomía local
Tipo de demanda	Organizada por operadores turísticos	Individual Dirigida a grupos muy específicos
Objeto de la promoción	Instalación turística	Actividades y experiencias

Característica	Turismo de masas	Turismo alternativo
Comportamiento del turista	Observar sin interactuar	Experimentar en la región
Tipo de frecuentación	Masificada Estacional	Exclusividad y privacidad, repartida a lo largo del año, con rolada según la capacidad de carga
Tipo de alojamiento	Estandarizado, hoteles grandes y sofisticados, apartamentos, residencias	Alojamientos alternativos (casas rurales, eco campings, cabañas)
Actividades realizadas en el destino turístico	Concurrencia a bares nocturnos, excursiones en grupo, descanso en la playa	Observación de flora y fauna, senderismo, caminatas, visitas a museos, visita a áreas naturales protegidas
Costos	Altos para la creación de infraestructura y equipamiento	Necesarios para facilitar experiencias, equipamientos Adecuados

Nota. Tomado de Tipologías y antecedentes de la actividad turística por Ibáñez & Rodríguez, 2017.

Turismo Comunitario

El turismo comunitario nace del turismo rural, es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Ayuda a complementar las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. Cabe decir que vincula a los visitantes con las actividades agropecuarias, con la comunidad y su vivencia, pues sus activos principales son: la contemplación de áreas específicas, el paisaje, la recreación y el descanso (Ibáñez & Rodríguez, 2017).

Producto Turístico

Un producto turístico es una composición de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como todos los

servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés que son los atractivos turísticos, las instalaciones que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes y se comercializa a través de los canales de distribución, y tiene un ciclo vital que también fijan el precio (Organización Mundial de Turismo, 2008).

Actividad Turística

El origen de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores a tomar en cuenta colectivamente desde un punto de vista sistemático, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Harmann (2012) menciona cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

- **La demanda:** formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.
- **La oferta:** compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
- **El espacio geográfico:** base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda siendo el lugar donde la población reside, tomando en cuenta que no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, a la hora de planificar la actividad turística.
- **Los operadores del mercado:** son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y a aquellos organismos públicos y privados que son autores de la disposición y/o promoción del turismo

Atractivo Turístico

“Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo” (Secretaría de Turismo de México, 2008, pág. 3).

Recurso Turístico

Los recursos son el producto turístico a desarrollar en un determinado sitio turístico ya que conforman el conjunto de elementos naturales, culturales que se encuentran en el entorno de forma no modificada, así estos cuentan con las características necesarias que eligen los turistas para ser parte de lo que estos demandan por lo que es determinante para ofertar los servicios y satisfacer las necesidades (Covarrubias, 2015).

Cultura

Conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo (UNESCO, 2016).

Comunidad Receptiva

“Es el lugar y grupo de personas que reciben a los turistas es decir tienen una relación directa, ya que se considera como un factor importante para el adecuado desarrollo del turismo” (Bravo & Zambrano, 2017, pág. 23).

Competitividad Turística

La competitividad de los destinos turísticos puede definirse como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener

los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores” (Hassan, 2000, pág. 240).

Desarrollo Local

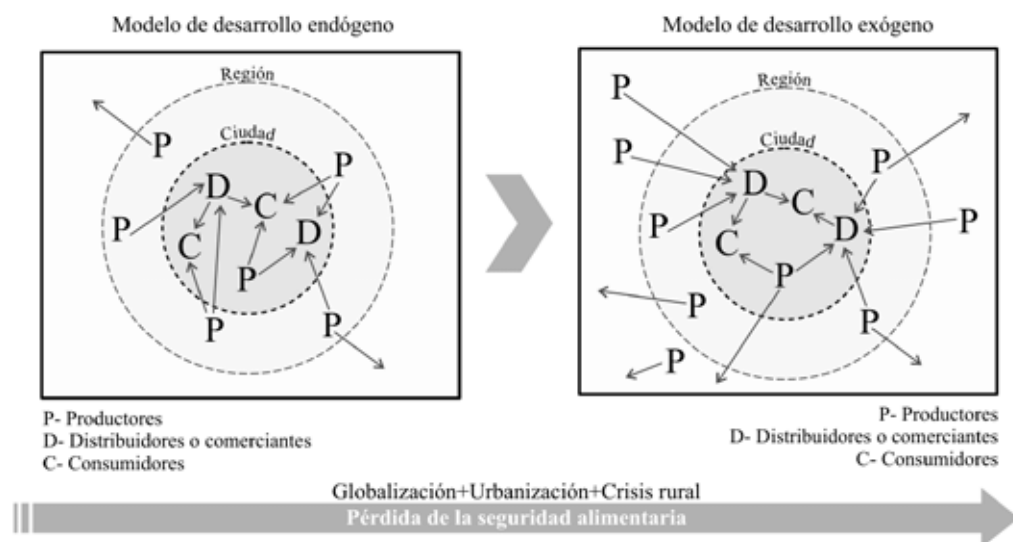
“Como un proceso en el que una sociedad local, manteniendo su propia identidad y su territorio, genera y fortalece sus dinámicas económicas, sociales, culturales, facilitando la articulación de cada uno de estos subsistemas, logrando mayor intervención y control entre ellos” (Alcañiz, 2018, pág. 84).

Desarrollo Endógeno y Exógeno

La visión del desarrollo exógeno es de carácter redistributivo que incentivaba la atracción de capitales y empresas externas para impulsar el crecimiento económico de las regiones periféricas, se ha ido abriendo camino en su aproximación al desarrollo endógeno que considera que las economías de las regiones y localidades pueden crecer utilizando el potencial de desarrollo existente en el territorio (Gómez & Martín, 2014). Según Vázquez-Barquero (2007) La teoría y los modelos del desarrollo endógeno aceptan que existen diferentes caminos de crecimiento de sus capitales en función de los recursos disponibles y de la capacidad de ahorro e inversión, que los factores pueden ser crecientes, que el progreso tecnológico es endógeno en los procesos de crecimiento y que existe un espacio para las políticas de desarrollo industrial y regional, su flujo se podrá ver en la siguiente figura:

Figura 4.

Modelo de desarrollo endógeno vs exógeno



Nota. Adaptado de “Análisis preliminar del Sistema Agroalimentario Ciudad-Región en el municipio de El Grullo, en el sur del estado de Jalisco” (p.83), por C. Briones, 2017, *ResearchGate*, 17(33).

Estrategia

“La palabra Estrategia, procede del término griego *strategós* (Dirigir un ejército). En el fondo, las empresas actuales son ejércitos que luchan con otros en busca del favor del cliente” (Carrión, 2007, pág. 24).

Identidad Cultural

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior (Molano, 2007).

Posicionamiento

“Es el uso que hace una empresa de todos los elementos de que dispone para crear y mantener en la mente del mercado meta una imagen particular del producto en relación con los productos de la competencia” (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 146).

Inventario de Atractivos Turísticos

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional. Los criterios incorporados para la realización del inventario responden a los utilizados en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (TTCI) conocido también como Índice de Competitividad Turística de la Organización Mundial de Turismo (Ministerio de Turismo, 2018).

Jerarquización de Atractivos Turísticos

Las jerarquías poseen un puntaje alcanzado sobre 100 que enmarca dentro de un nivel de jerarquía que va en una escala de I a IV, se pueden establecer a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación.

La primera jerarquía, corresponde a aquellos atractivos con condiciones mínimas que complementan a los de mayor jerarquía, la siguiente, se trata de atractivos con atributos llamativos para la demanda potencial sin embargo, debido a la falta de equipamiento o facilidades, no han sido puestos en valor para el turismo, tercera y cuarta escala son atractivos turísticos que ya se encuentran instaurados como destinos y conocidos a nivel global; si la ponderación es 0 a 10 se clasifica como un recurso (Ministerio de Turismo, 2018).

Para la jerarquización la demanda ha sido considerada en su forma más genérica, como receptora, interna y local teniendo en cuenta el tipo de visitantes (nacional y extranjero); aquellos atractivos que no alcancen la calificación mínima serán considerados como recurso turístico (Ministerio de Turismo, 2018).

Normativa Legal

Constitución de la República del Ecuador

Se ha tomado en consideración al artículo 57 que menciona el reconocer y garantizar a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas el manejo de la biodiversidad; así también los artículos 84 y 85 que identifica el reconocimiento y en base a un conjunto de derechos colectivos a los pueblos indígenas y afro ecuatorianos (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Consiguiente el artículo 246 menciona que el principio general es la promoción del desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión; apoyándose con el artículo 283 que trata sobre el sistema económico fundamentado en lo social y solidario (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Ley de Turismo

El artículo 3 define entre otros como principios de la actividad turística la iniciativa y participación de las comunidades indígenas, campesinas, montubias y negras o afro ecuatorianas participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos, el artículo 4 menciona los objetivos de la política estatal que reconoce que la actividad turística corresponde al dinamismo privado o comunitario, el estado debe impulsar actividades a través de la promoción del producto turístico competitivo (Ley de turismo, 2012).

Posteriormente el artículo 12 dispone que cuando las comunidades locales que deseen prestar servicios turísticos y se encuentren organizadas y capacitadas, obtendrán del Ministerio de Turismo, la ayuda necesaria para el desarrollo de las actividades, se acogerán a la normativa respectivamente (Ley de turismo, 2012)

Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida (2017-2021)

El objetivo 2 se trata de afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas que apoya a los centros comunitarios como actividad económica; al igual que el objetivo 5 del eje 2 que menciona impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera solidaria y redistributiva para un grupo o colectivo (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2017).

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE)

El turismo comunitario se ha transformado en varios países en una enfoque de desarrollo local, realizado por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo, por lo tanto, Ecuador es una muestra de ello (Procasur, 2011). Sus ejes sostenidos son:

- Fortalecimiento organizativo
- Revitalización cultural
- Economía solidaria

Esta organización se apoya en el reglamento para la creación de centros comunitarios como lo señala el artículo 2, que las comunidades que deseen realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, deberán estar constituidas legalmente y ser autoridades por el ente competente. Además, el artículo 5 indica que las actividades turísticas comunitarias son ejecutadas por las comunidades inscritas, las cuales promocionan su oferta turística en base a sus recursos naturales, su conservación identidad cultural y su seguridad (Procasur, 2011).

Capítulo II:

Marco Metodológico

La investigación posee información documental que ha sido desarrollada en el marco teórico y sus componentes, siendo una recopilación de fuentes secundarias que aportan al estudio y sirven para interpretar los resultados en la comunidad de Huaycopungo, comparando su situación actual y tomando en consideración las dimensiones del turismo sostenible/local basándose en páginas web institucionales, libros, artículos científicos y casos de éxito en turismo comunitario aplicados en Ecuador. Por lo cual, el siguiente elemento fue la investigación de campo donde se analiza los criterios de los pobladores con respecto a sus intereses y motivaciones para el desarrollo turístico en la comunidad.

Por otra parte, el alcance de la investigación es mejorar el turismo comunitario para un correcto desarrollo local que beneficie a los principales actores de la población que se dedican a las actividades turísticas en base a estrategias que permitan dar a conocer los atractivos turísticos de la zona, la gestión de un uso adecuado de los recursos naturales y culturales donde las familias del proyecto de estudio se involucren en puestos de organización comunitaria incluyendo las actividades turísticas como un beneficio propio.

Enfoque de Investigación

La investigación es un estudio mixto ya que posee componentes cualitativos y cuantitativos por lo tanto se ha tomado en consideración el estudio de diferentes autores en el trabajo de investigación. Considerando las características de ambos enfoques, el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas

de investigación y probar hipótesis establecidas previamente en relación con la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población, por otra parte, el enfoque cualitativo descubre y refina preguntas de investigación basándose en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones, por su flexibilidad se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría (Ruiz, Borboa, & Rodriguez, 2013)

Enfoque Cuantitativo

Todo instrumento de medición cuantitativo sugiere Gómez (2006) sigue el siguiente procedimiento:

Listar las variables que se pretenden medir u observar, revisar su definición conceptual y comprender su significado. Revisar las definiciones operacionales de las variables, es decir, cómo se mide cada variable; si se utiliza un instrumento de medición ya desarrollado, procurar que exista confiabilidad y validez ya probada, debe adaptarse el instrumento al contexto de investigación. Indicar el nivel de medición de cada referente y, por ende, el de las variables como se habrán de codificar (asignar un símbolo numérico) los datos en cada ítem y variable. Aplicar una prueba piloto del instrumento de medición y modificar, ajustar y mejorar el instrumento de medición después de la prueba piloto. (pág. 125)

Enfoque Cualitativo

Los autores Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa estudia la situación en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con los individuos comprometidos. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones,

en los que se describen historias de vida, rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

Al utilizar el enfoque mixto, se entremezclan los enfoques cualitativo y cuantitativo en la mayoría de sus etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita triangularla, sobre todo en las entrevistas de actores principales del estudio. Esta triangulación aparece como alternativa a fin de tener la posibilidad de encontrar diferentes caminos para conducirlo a una comprensión e interpretación lo más amplia del fenómeno en estudio (Ruiz, Borboa, & Rodriguez, 2013).

Tipología de Investigación

En el estudio se utilizó la investigación aplicada tomando como base al modelo del turismo comunitario propuesto por Bravo y Zambrano desarrollando los componentes teórico, estratégico y operativo entorno a la población local y los turistas, así también se tomó en cuenta las dimensiones del desarrollo sostenible cuáles serán los parámetros de creación de estrategias para el bienestar local, aprovechando al máximo los recursos y atractivos turísticos de la zona; provocando un interés por parte de los visitantes. Las fuentes de información utilizadas se sostienen en fuentes documentales oficiales, como también un diagnóstico de la situación actual de la comunidad de Huaycopungo y se añadió los indicadores de gestión de destino para obtener los resultados en la investigación.

El estudio se realizó in situ es decir en la zona de investigación con un análisis mixto con los actores principales como: la comunidad local, la gobernanza, el entorno natural y los servicios turísticos/sociales de la población; para tener un diagnóstico situacional y poder dirigir las estrategias para su bienestar; por tal se aplicó la observación directa y de campo a través de fichas técnicas con herramientas de

recolección. Se realizó una pregunta de investigación que se basó en los objetivos múltiples del estudio; primero siendo exploratorio con información secundaria pasando así al descriptivo con detalles específicos del objeto de estudio con sus variables tomadas en cuenta específicamente en un periodo. Buscando el perfil del visitante y sus motivaciones de visita que sirvan como estrategia de promoción.

Pregunta de Investigación

Para abarcar los objetivos en la investigación se propuso una pregunta basándose en indicadores de modelos de gestión del desarrollo local y comunitario como también en proyectos implementados por La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), siendo un nivel de descriptivo que complementa a la propuesta, obteniendo la siguiente pregunta ¿El turismo comunitario es una alternativa de desarrollo local en la comunidad de Huaycopungo en la parroquia San Rafael cantón Otavalo?

Procedimiento para Recolección y Análisis de Datos

Para la recolección y análisis de datos se utilizó como variable dependiente el desarrollo local, siendo este analizado a través de los indicadores de sostenibilidad local dados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) dentro de la investigación y la variable independiente es el turismo comunitario que se basa en el modelo de turismo comunitario con los componentes dados por el proyecto de la fundación CODESPA. En la siguiente tabla se muestra cada indicador:

Tabla 4.*Operacionalización de las variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores
Desarrollo local	Económico	-Estructura económica -Patrones de consumo y producción
	Social	-Equidad -Salud -Educación -Servicios Básicos -Seguridad -Población
	Ambiental	-Atmosfera -Tierra -Agua -Biodiversidad
Turismo comunitario	Teórico	-Institucionalidad -Asociatividad -Emprendimientos comunitarios -Valoración de patrimonio
	Estratégico	-Auto organización -Planes de comercialización
	Operativo	-Productos turísticos -Promoción -Difusión de aprendizaje

Al ser un estudio cuantitativo y cualitativo se utiliza fichas de jerarquización de atractivos las mismas que son otorgadas por el Ministerio de Turismo (MINTUR), donde se obtiene información turística de interés, para la promoción y difusión de cada atractivo que posee la comunidad de Huaycopungo, así también como encuestas a visitantes-turistas y a pobladores de la parroquia de San Rafael; después se aplica entrevistas a los entes de mayor relevancia que apoyan al desarrollo local de dicha comunidad. Finalizando así con estrategias que aporten al turismo comunitario perfeccionando su actividad turística.

Muestra

La población objeto de estudio consiste en un muestreo por conveniencia no probabilístico que permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos que sirvan para el estudio en aplicación. Se fundamenta en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador (Otzen & Manterola, 2017)

La parroquia de San Rafael carece del número total de visitas anuales en la zona, por ello se recaba información en los alrededores del lago San Pablo y se considera a tres hosterías importantes del sector por su trayectoria y servicio en los últimos años como son las Cabañas del Lago, hacienda Cusin y hostería Puerto Lago

Por lo tanto, los datos obtenidos de estos tres lugares han sido promediados para obtener la población muestra de turistas anuales que visitan este sitio, dando un total de 24.787 turistas anualmente (Pazpuezám, 2017). Por lo tanto, se obtiene una población finita, es decir se conoce el total de la población y se desea saber la cantidad de individuos que serán sujetos de estudio, siendo la fórmula siguiente:

Donde:

- **N** = Total de la población (24.787)
- **Z α** = 1.96 al cuadrado (seguridad del 95%)
- **p** = proporción esperada (5% = 0,05)
- **q** = 1 – p (1-0.05 = 0,95)
- **d** = precisión (5%)

$$n = \frac{N \times Z\alpha^2 p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z\alpha^2 \times p \times q}$$

Aplicación:

$$n = \frac{24.787 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}{0,03^2(24.787 - 1) + 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}$$

$$n = \frac{4.521,15}{22,49} = 201 \text{ encuestados}$$

Se elige el muestreo no probabilístico por conveniencia ya que se posee información de 500 familias en la comunidad de Huaycopungo, siendo conformadas con aproximadamente 5 miembros por familia (padres e hijos). Haciendo este análisis se tomó en cuenta a la persona cabeza de hogar o mayor de edad de dicha familia siendo un total de 75 encuestas para pobladores en la investigación ya que es la persona capaz de formar parte de las estrategias de turismo comunitario, estos datos son obtenidos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Rafael 2015-2019.

Instrumentos

El control de las variables es bajo responsabilidad de los investigadores, conjunto con el campo de estudio y el alcance, debido a que la investigación no es experimental, por lo cual no se pretende modificar ni alterar las variables a estudiar. La investigación será digital debido la situación mundial actual de la pandemia respecto al coronavirus.

Para la recolección de información se usará los siguientes instrumentos:

Bibliográfica: Se consultó en artículos científicos (papers), libros, revistas especializadas que contengan temas relacionados al desarrollo local y variables expuestas en la problemática para fundamentar el marco teórico, referencial.

Entrevista: Se empleó un cuestionario estructurado a través de zoom con preguntas específicas sobre la situación actual de la comunidad y como se vieron inmersos en la actividad turística del sector al presidente de la comunidad

de Huaycopungo, en la parroquia de San Rafael. Se aplicó entrevistas a un dirigente del GAD, a un dirigente de la Asociación Kuricocha y al dirigente del emprendimiento Balsas de Totorá.

Para el análisis se utilizó la triangulación de entrevistas que se basa en recaudar información contrastando los resultados, analizando coincidencias y diferencias. Dentro de esta categoría se utiliza la triangulación múltiple que se trata de combinar dos o más tipos de triangulación, como puede ser, la triangulación metodológica, teórica, de datos y de observadores; dichos métodos son complementarios y combinarlos permite utilizar los puntos fuertes y atenuar las limitaciones o debilidades de cada uno de ellos, cruzar datos y observar si se llega a las mismas conclusiones (Aguilar & Barroso, 2015).

Encuesta: Se desarrolló una encuesta por medio de Google forms a los turistas que han visitado la Parroquia San Rafael y los alrededores del lago San Pablo para identificar las necesidades en base a la actividad turística que les motivará a viajar, así como los componentes culturales y naturales que son de su preferencia. Para este punto se utilizó un cuestionario de preguntas basado en indicadores compuestos por sus variables, donde los datos fueron examinados por el programa Excel y SPSS para obtener datos específicos de moda y combinación de variables según lo amerite.

Foda y matriz de Evaluación de Factores Internos y externos (EFI-EFE)

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas; también es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada (Ponce, 2007).

Este instrumento se complementa con la matriz EFI que sirve para formular estrategias, sintetiza y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un proyecto, además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Según el factor represente una debilidad mayor (calificación 1), una debilidad menor (calificación 2), una fortaleza menor (calificación 3) o una fortaleza mayor (calificación 4). Dicha calificación numérica será de menor a mayor dentro los límites establecidos 1 a 5 o 1 a 10 (Shum, 2018).

La matriz de evaluación de los factores externos EFE permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva. El total de ese valor está entre el 1.0 (como el valor más bajo) y 4.0 (el valor más alto), el valor promedio del valor ponderado es de 2.5 (Shum, 2018).

Capítulo III

Resultados

Situación Actual

La parroquia San Rafael de la Laguna, se creó el 7 de junio de 1884 ubicándose geográficamente en el núcleo urbano del cantón Otavalo, en la provincia de Imbabura a 7.5 km de la ciudad y a 34.4 km de la capital provincial Ibarra. Posee una extensión de 19.5 km², está dentro de la cuenca hidrográfica del lago San Pablo, se encuentra rodeada de volcanes como son el Imbabura, Mojanda y Cusín, así también por montañas y lomas como el Cubilche y Reyloma. La población de acuerdo al último censo del año 2010 es de 5421 habitantes y representa el 5,17% de la población total del cantón de Otavalo. Posee un bosque húmedo montano correspondiente a la parte alta de la parroquia, bosque húmedo montano bajo, con temperaturas que oscilan los 7°C y 13°C, mientras que las precipitaciones varían de 900 a 1000 mm anuales. Las principales actividades económicas de la población son: La agricultura, artesanías de totora, comercio, crianza de animales menores. Posee una vía que conecta a las comunidades y barrios como, San Miguel Alto, San Miguel Bajo, Tocagón, Cachiviro, Capilla Pamba, Cuatro Esquinas, MushukÑan, Cachimuel, Huaycopungo; San Rafael como cabecera parroquial, conecta la vía panamericana a la parroquia con la ciudad de Otavalo (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015).

Limites:

- Norte: Lago San Pablo, y la cabecera cantonal Otavalo.
- Sur: Parroquia González Suárez y la provincia de Pichicha

- Este: Parroquias Rurales San Pablo del Lago y González Suárez por la quebrada Santo Domingo.
- Oeste: Parroquia Rural Eugenio Espejo por la quebrada Guajindro

Macroambiente

Económico

El componente económico incluye el análisis de la recopilación e interrelación de factores y el desarrollo económico de la parroquia, sus problemas y potencialidades. También se analiza los procesos productivos, cambiarios y financieros desde una perspectiva geográfica, lo que significa comprender la ubicación espacial y las características de las principales actividades económicas y la estructura productiva de la parroquia; indicadores de trabajo y empleo; el mercado y comercialización de los principales productos y el financiamiento de la economía local (Cevallos, 2015).

Las principales actividades económicas de la población son: La agricultura, artesanías de totora, comercio, crianza de animales menores (Gobierno Autónomo Descentralizado, 2019).

Trabajo y Empleo

A través del análisis del trabajo y el empleo, se puede comprender el mercado laboral en la parroquia, es decir, la oferta actual de trabajo en el mercado laboral. Se determina que el 78.01% de la población correspondiente a 4235 personas se encuentra en edad laboral (PET). Este indicador demográfico refleja las oportunidades laborales, personas activas e inactivas de 10 y más años (estudiantes, jubilados y jubilados, solo haciendo labores del hogar) (Cevallos, 2015). La población económicamente activa representa el 43,3% de la población total. Consiste en personas que tienen 10 años o más y han trabajado durante al menos 1 hora, así como personas

que no tienen empleo y están en busca de una oferta laboral (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015).

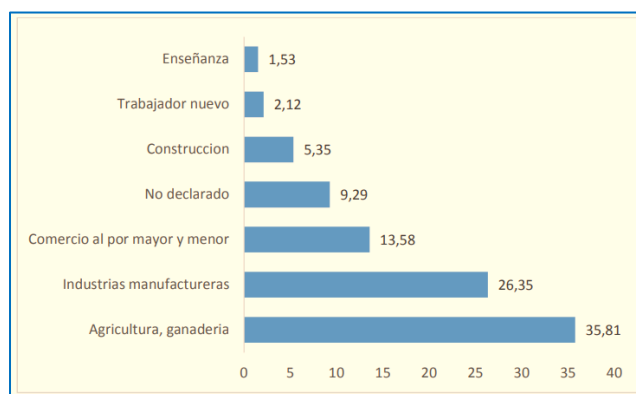
PEA por Rama de Actividad

Al determinar a la población económicamente activa por rama de actividad principal, se determina que la de mayor importancia es la agricultura y ganadería con una aportación del 38,81%. La actividad agrícola sigue siendo una de las más importantes a nivel parroquial, la cultura de la siembra, cosecha y el intercambio ha permitido que la práctica de esta actividad se mantenga a través del tiempo. Cultivos tradicionales como el maíz, frejol, arveja, cebada y trigo se ubican en las partes altas como en San Miguel Alto, Tocagón y Cachimuel, que destinan su producción para el autoconsumo, y el poco excedente que generan venden en Otavalo (Cevallos, 2015).

A diferencia de los sectores bajos como Huaycopungo, Cuatro Esquinas, San Miguel Bajo y Cachiviro que por los beneficios del agua han logrado implementar cultivos no tradicionales dentro de sus parcelas como frutilla y tomate de árbol, además el cultivo de totora en estas comunidades genera un movimiento productivo a las orillas del Lago San Pablo (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015). Entre otras actividades se señala en la Figura 5 el comercio mayor y menor que representa el 13,58% de la PEA, seguido de actividades no declaradas con un 9,29% de participación que comprenden actividades informales o esporádicas, también se puede identificar que la construcción representa el 5,35% de la PEA, esta actividad es practicada en su mayoría fuera de la parroquia mediante contratos eventuales que se dan en ciudades cercanas como Ibarra y Otavalo (INEC, 2011).

Figura 5.

PEA por rama de actividad



Nota. El gráfico representa la PEA por rama de actividad. Por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2011, Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia San Rafael 2015 – 2019

Principales Productos del Territorio

El cultivo de totora representa el 11% de la superficie cultivada, es en esta siembra donde se promueve la producción manufacturera, mediante la realización de esteras, muebles, objetos y accesorios de madera. Actualmente los agricultores que forman parte de la Asociación de Artesanos Totoreros de MAQUIPURASHUN (Manos Unidas) acostumbran a sembrar la totora, cortan y forman atados para luego secar el producto al sol para obtener el color característico y recolectar después de ocho meses, canalizan el producto para la elaboración de artesanías, en el caso de los objetos de color se utiliza una tinta química, para teñir y que el objeto resalte, y se pueden elaborar miles de objetos para uso familiar, artesanal e inclusive para muebles de oficina. Dentro de los cultivos se están incorporando la quinua, que es un producto incrustado con la finalidad de garantizar la soberanía alimentaria, a diferencia de

cultivos de ciclo corto como el maíz, frejol y haba que no solo garantizan la soberanía sino también la seguridad alimentaria (Cevallos, 2015).

Actividad Turística

El centro de atracción turística de la parroquia es el Lago San Pablo, este recurso posee poco aprovechamiento, las iniciativas turísticas de las comunidades no se han podido desarrollar por la escasa infraestructura que poseen para hospedar a turistas nacionales y extranjeros. Los atractivos turísticos son varios, la fiesta del Coraza es la más reconocida como sus artesanías que se producen en la parroquia en base a la totora, sin embargo, estas actividades no se encuentran relacionadas completamente (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015).

Financiamiento y Organizaciones Económicas

El Banco de Fomento posee información sobre el sector que más se beneficia del crédito obtenido por la banca pública, siendo la agricultura (25%), seguido de créditos personales destinados para el consumo (20%); construcción (13%) y otros con menor participación. Existe una característica predominante del crédito de consumo, el mismo que se convierte en un capital rotativo para compra de insumos y materias primas para la manufactura. En la dinámica económica se encuentra organizaciones que desarrollan actividades de alimentación, financieras, comercio, agroindustria y turismo, cabe resaltar procesos de fomento y fortalecimiento de la economía popular y solidaria, es así que dando cumplimiento a las políticas públicas establecidas se puede identificar que la Asociación AllyKawsai, entrega el servicio de alimentación a los Centros Infantiles del Buen Vivir (Cevallos, 2015).

Tabla 5.*Principales organizaciones económicas*

Actividad		
ASOCIACIONES PRODUCTIVAS	Asociación SumakMuyu	Asociación El Coraza
	Asociación Mushuk Sisa	Asociación de frutilleros yurak sisa
	Asociación Makipurashun	Asociación de frutilleros Huaycopungo
	Miro empresa Totorá Sisa	Asociación Agrícola Cachimuel
	Asociación en desarrollo turístico kuchamuyu	Asociación Rumiñahui
	Asociación en desarrollo turístico Totorá Ñusta	Asociación de frutilleros mishki fruta
	Asociación Integral La Estera	Asociación artesanal pendoneros

Nota. Tomado de plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia San Rafael por Cevallos, 2015-2019.

La parroquia cuenta con siguiente infraestructura para el fomento y dinamización productiva:

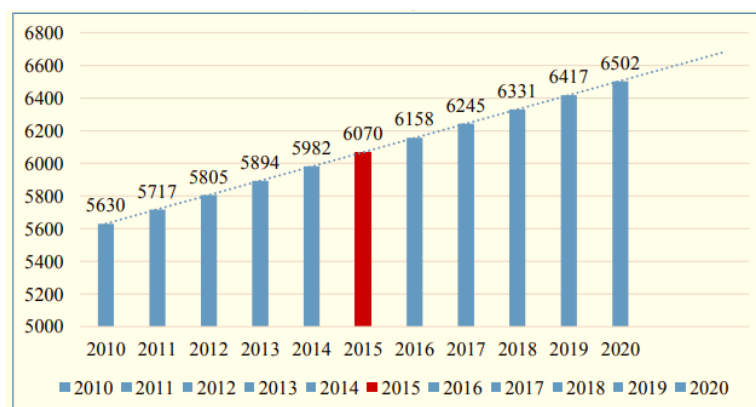
- Carreteras y transporte: La ampliación de la panamericana noroccidental ha contribuido en el desarrollo local de la parroquia, mejorando la interconexión con los sectores aledaños, que permiten el desplazamiento y comercialización de productos de manufactura en menor tiempo. Las vías son de segundo y tercer orden que conecta a la cabecera parroquial con la población.
- Telecomunicaciones: El acceso a la comunicación ha mejorado en los últimos años, el 9,98% de las familias acceden a telefonía fija, el 50,18% acceden a telefonía privada, y apenas el 2,41% cuentan con servicio de internet.
- Servicios financieros: Son otorgados por el banco del barrio, así como también pichincha mi vecino (Cevallos, 2015).

Social y Cultural

Este componente tiene como fondo de análisis a la población, conocer su estructura, composición y dinámica. Se analiza cuál es la cobertura y calidad de los servicios sociales, vinculados con: educación, salud, inclusión económica, seguridad, entre otros. También, se analiza la cultura, los patrones de consumo, cohesión social, identidad y pertenencia de la población con un territorio (Senplades, 2015).

Análisis Demográfico

La parroquia San Rafael de acuerdo al INEC, 2010, tiene una población total de 5421 habitantes, de las cuales el 47% representa a la población de género masculino y el 53% al género femenino hasta el mes de octubre, al finalizar el año se tiene una proximidad de 5630 habitantes (INEC, 2011). Por lo tanto, se tiene un incremento de 440 habitantes al año y a comienzos del 2015 al año 2020 existe un crecimiento de la población de 432 habitantes, dando una totalidad de crecimiento poblacional de 872 habitantes que representa 7,25% de crecimiento (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015).

Figura 6.*Proyección de la población 2020*

Nota. El gráfico representa la proyección de la población al 2020. Por INEC, 2011

Comunidades y Barrios de la Parroquia

En la parroquia de San Rafael existen 9 comunidades y 2 barrios en el centro parroquial, de las cuales la comunidad de Huaycopungo es la más poblada con un número de 500 familias y la comunidad con menor población de familias es la comunidad de MushukÑan con 55 familias (Cevallos, 2015).

Tabla 6.*Densidad poblacional a nivel parroquial*

Parroquia	Área Km2	Pob. 2010	Dens. Pob
Pataquí	10	269	27
Selva Alegre	178	1600	9
Dr. Miguel Egas	14	4883	349
San Rafael	19,5	5421	301
González Suárez	52	5630	108
Eugenio Espejo	30	7357	245
Quichinche	118	8476	72
San Juan de Ilumán	21	8584	409

Parroquia	Área Km2	Pob. 2010	Dens. Pob
San Pablo de Lago	64	9901	155
Otavalo	74	52753	713
TOTAL	580,5	104874	2388

Nota. Tomado de plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia San Rafael por Cevallos, 2015-2019.

Educación

El grupo que comprende el 89,58% entre las edades de 5 a 14 años tiene de tasa de asistencia en educación general básica. El siguiente grupo alcanza el 39.20% de las edades de 15 a 17 años en la tasa de asistencia en bachillerato y el grupo con el 8.86%, entre 18 y 24 años es la tasa menor en asistencia de educación superior (Cevallos, 2015). El índice de analfabetismo a nivel parroquial del cantón Otavalo, se encuentra a la parroquia de San José de Quichinche con 27.77%, siendo el de mayor analfabetismo, seguido por San Juan de Ilumán con el 25.29% y en menor porcentaje Pataquí y Selva Alegre con el 13.39% y 14.49% respectivamente; en la parroquia de San Rafael con el 24,86% (INEC, 2011).

Salud

Para determinar la situación de salud en la parroquia se parte con el análisis de variables relacionadas, es así que la parroquia San Rafael cuenta con un sub centro de salud, ubicados en el centro parroquial, que brinda atención a todas las comunidades y barrio de la Parroquia con atención permanente en horarios de 08:00 am hasta las 17:00 de la tarde (Cevallos, 2015).

Organización Social

Se describe y analiza la estructura base de la población parroquial, como también la capacidad para el trabajo comunitario; capacidad de gestión y niveles de incidencia en el entorno territorial; capacidad de convocatoria de las organizaciones sociales de la parroquia (Senplades, 2015)

La población se encuentra organizada en 9 comunidades rurales indígenas y una población mestiza minoritaria asentada en el sector urbano de la parroquia, dos barrios de la cabecera parroquial y la unión de comunidades indígenas de San Rafael UNCISA. Se debe destacar que la familia o el ayllu es la unidad social elemental; el conjunto de ayllus conforma una comunidad, cada una de las cuales está representada por un líder, hombre o mujer, elegido democráticamente a través de las asambleas comunitarias (Cevallos, 2015). El orden social y la gobernanza están regidos por la justicia ancestral. Las normas de conducta, moralidad y códigos sociales están influenciadas por la comunidad, por lo que cada miembro es observador y garante de la preservación de este orden social (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015). También se ha identificado importantes organizaciones sociales que inciden en el desarrollo local y comunitario, las organizaciones sociales se encuentran activos y trabajan por el desarrollo social (GADMO, 2015).

Formas de Organización

En la actualidad los ayllus son igual a una comunidad, pero están representados por los cabildos quienes organizan y gestionan el territorio. La parroquia se encuentra organizada en nueve comunidades rurales, las propias que están encabezados por los cabildos que está conformado por un presidente, vicepresidente, síndico, vocales principales y suplentes, tesorero/a y un secretario/a, mismos que son electos en la

asamblea comunitaria (Cevallos, 2015). Las comunidades aplican un mecanismo de trabajo colectivo que es la minga, está encabezada por el presidente de la comunidad quien organiza lo que la población debe realizar y designa funciones; se trata de una petición en donde todos los habitantes del territorio salen y trabajan con un objetivo común, tales como arreglo de vías, limpieza de acequias, celebración de una festividad, entre otros (Cevallos, 2015).

Movimientos migratorios

Los motivos por los que emigra la población es la falta de fuentes de trabajo, jóvenes de 15 a 25 años que representan el 25% migran a trabajar en las plantaciones; al igual que en la ciudad de Quito, Cayambe y Otavalo a realizar trabajos de construcción mientras que el 15 % migran para prestar otros servicios como el de seguridad en la ciudad de Quito y Otavalo, el 45% que representa la mayoría, migran hacia ciudades del Ecuador y también fuera del país para dedicarse al trabajo de comerciantes (Cevallos, 2015). La movilidad externa se desplaza hacia países como México, Perú, Colombia, Brasil, España y Chile, especialmente para realizar trabajos de comercio informal de ropa, en cambio, está representada por aproximadamente un 30% de la población (Cevallos, 2015).

Calidad del Agua para el Consumo Humano

El servicio de agua potable es escaso con un 24,19% a nivel parroquial, especialmente en las comunidades según los datos proporcionados en el registro administrativo del GAD Parroquial y la información obtenidas en el diagnóstico participativo de actualización del Plan de desarrollo territorial el 60% de hogares tiene el servicio de alcantarillado, que concentra su mayor parte en el centro parroquial y el 40% no tiene servicio de alcantarillado pero cuentan con pozos sépticos y/o pozos ciegos

(Cevallos, 2015). En la parroquia existen 1025 viviendas que tienen conexión desde la red pública, de las cuales 267 viviendas tienen acceso al agua de tipo de fuente de río, acequia o vertiente y 13 viviendas tienen acceso al agua de los pozos y en números minoritarios acceden al agua de otro tipo de fuente (Cevallos, 2015).

Electricidad

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) todas las viviendas cuentan con el servicio de electricidad porque a partir del año 2010 se originaron campañas de cableado que han permitido una adecuada implementación del mismo; en la parroquia el 92 % de viviendas tienen suministro de energía de la red de empresa eléctrica de servicio público, estimando que tan solo el 8% de las viviendas no cuenta con este servicio, mediante información de registros administrativos de la parroquia San Rafael y la información obtenida en el diagnóstico participativo en la asamblea parroquial el déficit de luz eléctrica en los hogares es de menos de 1% (Cevallos, 2015). En relación alumbrado público, la mayor parte se encuentra en el centro parroquial, por estar ubicado en la zona urbana y con poca cobertura de este servicio es en las comunidades rurales, y según los registros administrativos en la parroquia existe un 40% con el servicio de alumbrado público y tiene un déficit del 60% (Cevallos, 2015).

Redes Viales y Transporte

La vía denominada E35 por el Gobierno Nacional, cruza toda la parroquia, especialmente por los barrios San Miguel Bajo, Cuatro Esquinas, MushukÑan, Cabecera parroquial, Cachiviro, Huaycopungo, Capilla Pamba, Tocagón. La red vial parroquial cuenta con 35 Km de vías tanto urbanas como rurales; mismas que llevan desde y hacia los núcleos urbanos cantonales, provinciales y nacionales; el 93,34% de la red vial es de estructura empedrado, lastrado y suelo natural, misma que se

encuentra en mal estado, reflejando que el mejoramiento de sus vías es una de las prioridades determinada en el diagnóstico participativo de la actualización del Plan de desarrollo territorial, en vista de que éstas conectan a centros poblados, servicios sociales básicos, centros de producción agropecuaria y atractivos turísticos, entre otros; mientras el 6,66% está en buen estado es decir su manto de rodadura es adoquinado (Cevallos, 2015). El servicio de transporte que brinda el servicio para movilizar a las personas está integrado por 4 cooperativas de transporte de pasajeros, además existe la presencia de una cooperativa de taxis, al igual existe camionetas particulares para el transporte de productos agrícolas y ganaderos (Cevallos, 2015).

Tabla 7.

Servicio de transporte

Cooperativas	Ruta	Frecuencia	Día
Otavalo; Los Lagos, Imbaburapak	Ibarra – Antonio Ante – Otavalo – San Pablo	Cada 30 minutos sale una unidad del terminal	Todos los Días
Cooperativas de taxis y camionetas de Otavalo	Otavalo, cabecera parroquial y comunidades	Cuando se solicita el servicio	Todos los Días

Nota. Diagnóstico participativo. Tomado de terminal terrestre de Otavalo.

Patrimonio Cultural Tangible e Intangible

El patrimonio cultural tangible e intangible se analiza en la parroquia, donde los pobladores consideran las prácticas provenientes del conocimiento ancestral y de los valores culturales (Cevallos, 2015). Basándose en el patrimonio cultural tangible la parroquia, tiene importantes bienes de patrimonio cultural, inventariado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INPC, las viviendas datan en inicios del siglo XX, la primera iglesia parroquial es construida en el año 1884 y reconstruida en el año 1945, también se tiene el patrimonio intangible como expresiones vivas de un pueblo, basadas

en los criterios establecidos por la UNESCO son tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos relacionados al uso con la naturaleza y el universo, técnicas artesanales tradicionales; sin embargo existe una escasez de un inventario óptimo del patrimonio intangible (Cevallos, 2015).

Tabla 8.

Bienes de patrimonio tangible e intangible

Tipo de patrimonio tangible	Localización	Estado
Iglesia parroquial	Abdón Calderón /Convento	Sólido
Parque central	Simón Bolívar /N/A	Sólido
Estación del tren de San Rafael	Pilchibuela y la Estación	Deteriorado
Junta Parroquial	Bolívar e Imbakucha	Sólido
Junta Administradora ECAPASR (Microempresa comunitaria de agua potable y alcantarillado de San Rafael)	Bolívar y la Estación	Sólido
21 viviendas particulares	Centro Parroquial	Sólido
Patrimonio intangible		
Celebración del Inti Raymi	Comunidades de la parroquia	
Fiestas Tradicionales "Corazas y los Pendoneros	Comunidades de la parroquia	
Tradición Oral	Comunidades de la parroquia	
Costumbres y tradiciones	Comunidades de la parroquia	

Nota. Tomado de plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia San Rafael por Cevallos, 2015-2019.

Idioma

El territorio de la parroquia San Rafael de la Laguna se considera como el antiguo Otavalo, las comunidades rurales están pobladas en su mayoría por kichwas, otavalos o indígenas, el 8% de los habitantes son mestizos (Cevallos, 2015). El idioma materno del territorio es el kichwa, la población adulta indígena en su totalidad domina este idioma. En las comunidades la población es bilingüe por dominar el castellano, que es uno de los idiomas más sobresalientes en la sociedad, con el tiempo ha afectado en

las actuales generaciones, quienes están perdiendo la lengua materna en especial los niños que entienden, pero no hablan y en ciertos casos no hablan, ni entienden (Berenice, 2014).

Es importante inculcar a la población sobre la importancia del idioma del territorio, al ser uno de los principales rasgos culturales, para que se identifiquen de los demás

Fiestas o celebraciones

Hatun Kuraka Raymi

Huaycopungo celebra la fiesta de grandes líderes, esta fiesta se celebra en el mes de enero de cada año que dura aproximadamente un año con eventos culturales y deportivos como: el campeonato de fútbol, la fiesta del Coraza y Pendoneros (Cevallos, 2015).

La fiesta de El Coraza

Es una festividad de tipo religiosa que inicia en la época de la colonia española cuando los curas de las iglesias locales exigían que las comunidades “pasaran la fiesta a las imágenes de los santos”. El Coraza es un personaje con un traje de color blanco finamente decorado con lentejuelas multicolores y cubierto su rostro con una máscara de la cual cuelgan joyas (Cevallos, 2015).

La Rama de Gallos

Es una práctica en la cual la persona que participa del ritual, comparte comida preparada (caldo de gallos) con los invitados de la fiesta. Según la tradición, en una soga se cuelgan varios gallos que serán “arrancados” por los invitados. Quien lo haga,

debe entregar 12 gallos el año próximo con lo cual se garantiza la continuidad de la celebración. Se lo practica en junio durante las fiestas del Inti Raymi (Cevallos, 2015).

Tradición Oral

Se refiere a los mitos y leyendas más conocidos por las comunidades que están relacionadas a los espíritus de las montañas como el chuzalungu, o la chificha. Del lago San Pablo se cree que éste ruge cada vez que anuncia una muerte en la comunidad. De las vertientes se mencionan que éstas poseen personalidades masculinas o femeninas y que poseen energías de sanación o enfermedad. De las lagunas de Mojanda se creen que éstas poseen la habilidad de “comer” a incautos pastores y transeúntes (Cevallos, 2015).

Ambiental

Relieve

La parroquia de San Rafael se categorizó 6 tipos de pendientes en porcentaje de inclinación correspondiendo a pendientes planas con el 38.03% con referencia al territorio en la parte baja de la parroquia, pendientes suavemente inclinadas el 2.68%, pendientes fuertemente inclinadas el 17.6%, pendientes montañosas el 30.6%, pendientes muy montañosas el 9.61% y pendientes escarpadas el 1.47% se encuentran en la zona sur propiamente en la parte media y alta de la parroquia (Cevallos, 2015).

Cobertura Vegetal

La parroquia se ha caracterizado por poseer diferentes clases de cobertura vegetal, como son los bosques naturales en un 4.07%, agropecuarias con cultivos de ciclo corto en un 44.76%, agropecuarias con el 70% de maíz y 30% de pasto cultivado conformando un 7.32%, páramo en un 22.41%, vegetación arbustiva en un 12.69% y cuerpos de agua natural en un 8.75%, respecto al territorio (GADMO, 2015).

Factores climáticos

Las precipitaciones oscilan de 900 mm a 1000 mm anualmente; mientras que la temperatura varía entre los 7°C y los 13°C, originando 2 zonas de vida representativas para las formaciones ecológicas como se describe a continuación: Bosque húmedo Montano Bajo (bh-MB): Esta formación vegetal o zona de vida, se encuentra por arriba de los 2.000 m.s.n.m. y se extiende en las vertientes de la cordillera Occidental hasta los 2.900 metros, mientras en las vertientes de la cordillera Oriental alcanza una altitud de 3.000 metros (Cevallos, 2015). El promedio anual de precipitación pluvial oscila entre los 1.000 mm y 2.000 mm y registra una temperatura media anual entre 12 °C y 18 °C (Cabanilla & Garrido, 2018).

Esta zona de vida, varía mucho en elevación en relación con ciertos factores de orografía diferencial, nubosidad nocturna, drenaje del aire y sobre todo en relación a la precipitación total. Los niveles altitudinales inferiores de esta formación, pueden ser tan bajos como 1.750 metros y tan alto como los 2.300 metros, el límite superior coincide aproximadamente con el límite del cultivo del maíz (Cevallos, 2015). Siguiendo se tiene al Bosque húmedo Montano (bh-M): Los rangos altitudinales y de temperatura de esta formación son similares al de la estepa Montano, con la diferencia que es un subpáramo húmedo, puesto que recibe precipitaciones anuales que oscila entre los 500 mm y 1.000 mm (GADMO, 2015).

Los límites, tanto inferiores como los superiores en sentido altitudinal varían en función de la precipitación, la exposición, corrientes de aire, presencia o ausencia de nubosidades; aunque esta zona de vida recibe de 500 mm a 1.000 mm de lluvia por altitud, sus temperaturas son más bajas, factor que reduce la evapotranspiración potencial, haciendo del clima de esta formación vegetal, netamente húmeda (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015)

Flora y Fauna

Los recursos naturales comprenden la vegetación, los suelos se encuentran fuertemente en proceso de degradación, debido a que no se realizan prácticas de conservación, mucho más en áreas agrícolas se encuentra afectando las áreas naturales como los páramos, bosques y nacientes de agua; de igual forma la afectación del suelo se ve alterado por siembras en pendientes fuertes ocasionando deslizamientos de tierra (AME, 2017).

Otro de los factores que afectan al ambiente son las fumigaciones excesivas en ciertos cultivos, deteriorando las vertientes de agua y los ecosistemas frágiles. Por lo tanto, el deterioro de las tierras también se encuentra afectado por la ganadería, animales menores y los monocultivos que desequilibran los nutrientes de la capa de suelo cultivable. (GADMO, 2015, pág. 15)

Tabla 9.

Recursos naturales degradados

Recursos	Descripción del recurso	Causas de degradación	Afectación
Agua	Red hídrica, ojos de agua.	Contaminación del agua, quema de pajonales en la Parte alta de los páramos	Alta
Bosques	Son bosque de especies nativas, exóticos	Quemas, Deforestación	Alta
Biodiversidad	Flora, fauna	Quemas, Frontera agrícola, contaminación con fumigaciones	Baja

Nota. Tomado de Asamblea parroquial 2015

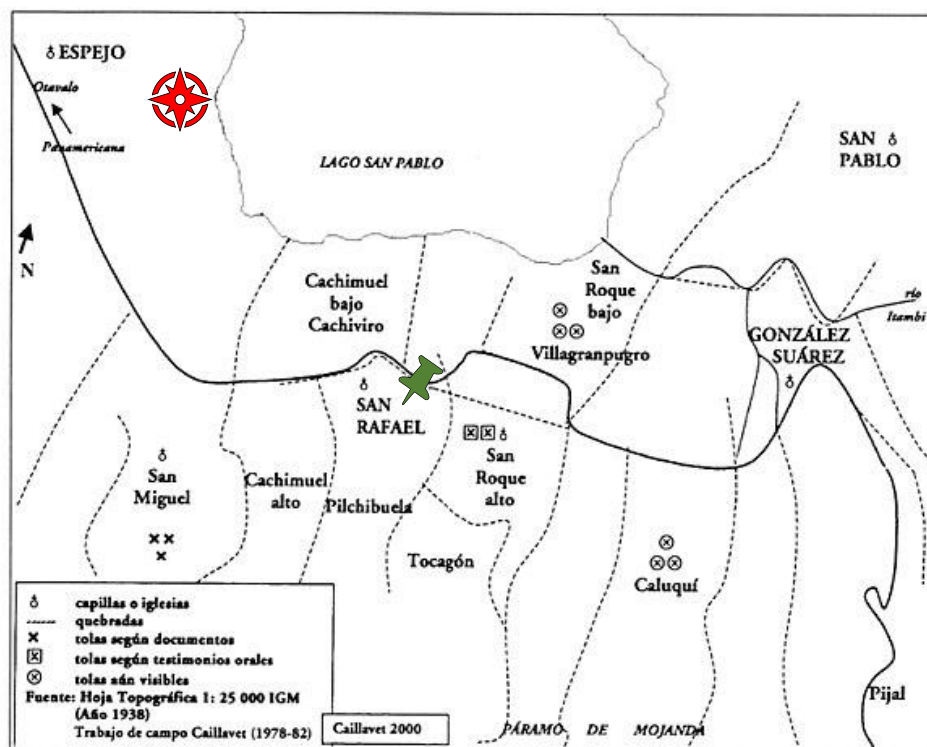
Microambiente

Parroquia San Rafael de la Laguna

Se le conoce como el antiguo Otavalo; la historia de la zona se remonta a la época en que la zona fue ocupada por tribus como Wajindros, Cachimueles, Itambis y Tocagones, y más tarde los incas y los españoles gobernaron la zona. Junto a esta última, se estableció la Plaza de San Luis de Otavalo alrededor de 1534. Parcialmente se encontraba dentro de Otavalo que se dice ser el actual territorio de San Rafael de la Laguna (Gad Parroquial San Rafael de la Laguna, 2015).

Figura 7.

Mapa parroquias rurales de Otavalo



Nota. La figura representa el mapa de las parroquias rurales de Otavalo. Por el GAD Parroquial de San Rafael, 2015, Reseña histórica.

Se realiza una reunión en mayo de 1884, en la que participaron autoridades civiles y eclesiásticas, con el motivo de definir límites a un terreno que pertenecía a la hacienda Pilchibuela de los Padres Agustinos y que fue entregado a Monseñor Pedro Rafael, el cual era Obispo de la Diócesis de Ibarra que colaboraba con las comunidades de la zona en esa época como: San Roque y San Miguel. Se decidió que en el centro de ambas comunidades se construya una iglesia, la casa parroquial, una cárcel y el despacho político/judicial. Durante la Presidencia de la República de Don José María Plácido y Caamaño, el 7 de junio de 1884 se aprueba la parroquialización y se funda el 9 de junio del mismo año la Parroquia eclesiástica, en honor a Monseñor Pedro Rafael, designándola como San Rafael de la Laguna, se agrega de la Laguna

con el objetivo de diferenciarla de otros sitios con idéntico calificativo (Gad Parroquial San Rafael de la Laguna, 2015).

Gastronomía

La Parroquia San Rafael de la Laguna es una zona altamente turística reconocida por sus paisajes naturales y culturales; siendo sus atractivos lugares donde se ofrece variedad de platos gastronómicos según menciona el GAD Parroquial San Rafael de la Laguna (2015) como los siguientes:

- **Trucha:** Es el más degustado por los visitantes, se trata de un pez que habita en agua dulce y se puede servir frita acompañada de papas, tostado, y ensalada.
- **Frutillas con crema:** Uno de los alimentos propios de la zona que incluye fresas partidas en cuartas, bananas con crema de leche batida y azúcar morena salpicada al gusto
- **Colada morada:** Es una bebida que se prepara a base de harina de maíz morado, junto con frutas, formando un líquido morado y espeso
- **Empanadas de viento:** Son empanadas de harina fritas que llevan un relleno de plátano o queso. Y generalmente son consumidas con azúcar, tradicionales del lugar
- **Chicha de maíz:** La chicha de maíz o chicha de jora se prepara moliendo los granos de maíz y luego dejándola fermentar en una olla de barro, endulzando con panela.
- **Colada con cuy:** Es típica en las comunidades, es a base de arveja que la acompaña con la nutritiva carne de cuy, la gran mayoría de las familias crían estos animales para fines de consumo.
- **Sopa de Chuchuca:** La chuchuca se prepara cocinando el maíz, sea en tiesto de barro utilizando calor seco, o bien hervido. Luego al añadirle costilla de cerdo

y col, se pone a sacar al sol. Una vez que está bien seco, y se ha reducido su tamaño

Atractivos Turísticos

Al realizar el estudio de campo y con diferentes entidades públicas se obtiene los siguientes atractivos turísticos en los límites de la parroquia de San Rafael, formando parte de los sitios turísticos de relevancia cercanos a la Comunidad de Huaycopungo, para su posterior inventario turístico dentro de la propuesta.

Tabla 10.

Atractivos turísticos

Nº	Atractivos turísticos	Ubicación
1	Muelle Flotante Cachiviro	Comunidad de Cachiviro a 5 minutos de Huaycopungo
2	Parque Acuático Araque	Comunidad Araque cerca de la Parroquia González Suárez
3	Rey loma el Lechero	En la cima del Pucara de Rey Loma, sector Eugenio Espejo
4	El Cerro De Mojanda	Se encuentra pasando la población de Pedro Moncayo conocido como cerro Fuya Fuya
5	Loma Cubilche	En la meseta de Cubilche se encuentra en la parroquia de la Esperanza
6	Parroquia de San Rafael	Se encuentra al este de Otavalo su parroquialización es en Junio
7	Sitio Recreacional Huaycopungo	Brinda servicios turísticos de hospedaje, recreación y alimentación en San Rafael
8	Lago San Pablo	Se encuentra ubicado en las parroquias González Suárez, Eugenio Espejo y San Rafael;
9	Volcán Imbabura	Al sur se encuentra el lago San Pablo con una altura aproximada de 4.600 msnm.
10	Planta Totora	Se la utiliza para dividir ambientes, avivar el fuego y como elemento decorativo para artesanías
11	Asociación Totora Sisa	Es parte de las Manifestaciones Culturales, agrupa grandes sembríos

Nº	Atractivos turísticos	Ubicación
12	Parque Cóndor	Ubicada en la parroquia de Eugenio Espejo, característico por sus paisajes

Nota: Tomado de (Pazpuezám, 2017)

Asociaciones de Turismo Comunitario

El proyecto Coraza Ñan nace de dos términos kichwas, el primero es Coraza refiriéndose a un cacique, ícono del pueblo Otavalo de Imbabura y Ñan que quiere decir sendero; dando como traducción los senderos del Coraza. Tuvo sus inicios hace más de 10 años, cuando los socios decidieron apostar por una visión de turismo comunitario; a partir del año 2013 se legalizó la asociación, constando de 12 integrantes que han puesto a disposición del público los servicios que acercan la cultura ancestral a los turistas (El Comercio, 2017).

El presidente German Rivadeneira y sus miembros en la asociación son herederos de otavalos, kayambis y mestizos; trabajando en equipo por un mismo fin, por tal se han dedicado a adecuar tanto sus hogares como terrenos para ofrecer hospedaje, alimentación o actividades turísticas para los visitantes (El Comercio, 2017).

La siguiente tabla es el resumen de los proyectos u asociaciones de turismo rural comunitario de San Rafael o sus alrededores que cuentan con las instalaciones adecuadas para albergar a los turistas:

Tabla 11.*Asociaciones de turismo rural comunitario*

Nº	Asociación	Capacidad actual	Capacidad futura	Oferta en Otavalo
1	San Clemente	48	60	
2	Runa Tupari	30	30	30
3	Asociación Sumak Pacha	35	35	20
4	Comunidad Junin-Zona de Intag	24	24	
5	Asociación El Rosal	10	10	
6	Los Manduriacos	100	100	
7	Asociación Nueva América	15	15	
8	Palauco	16	16	
9	La Florida	0	20	
10	Chachimbiro II	0	20	
TOTAL		278	330	50

Nota. Tomado de Cumandá, y Durán parroquial de San Rafael de la laguna, 2015.

Encuesta a Turistas

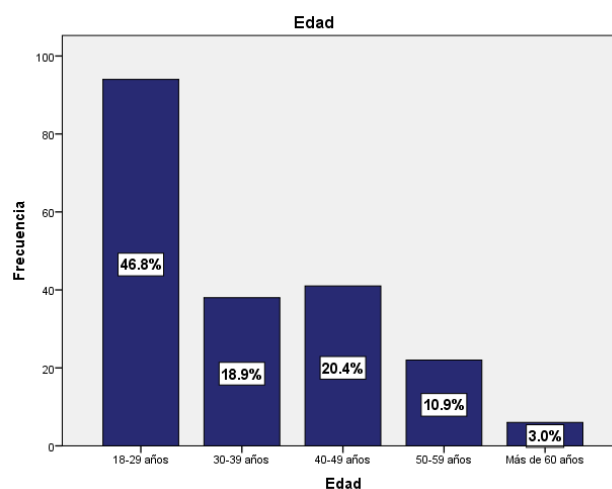
En base a la muestra de población finita se obtuvo 201 encuestados siendo la población de estudio los visitantes, con el fin de determinar el desarrollo local en base al turismo comunitario en Huaycopungo. Obteniendo los siguientes resultados:

Edad

El 46,8% oscilan entre 18-29 años, el 20,4% se encuentran en una edad de 40-49 años, el 18,9% posee una edad de 30-39 años y en menor cantidad se tiene el 10,9% de la población que hace turismo en una edad de 50-59 años, siendo el 3% personas que tienen más de 60 años.

Edad

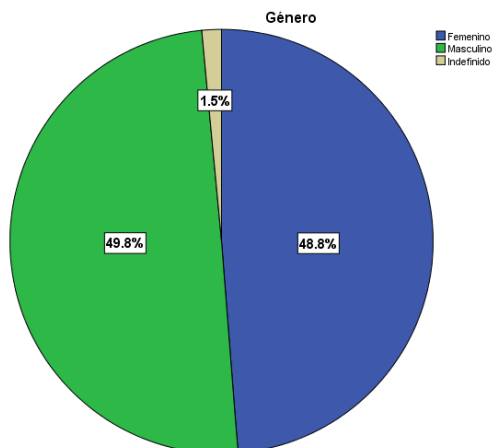
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-29 años	94	40.3	46.8	46.8
	30-39 años	38	16.3	18.9	65.7
	40-49 años	41	17.6	20.4	86.1
	50-59 años	22	9.4	10.9	97.0
	Más de 60 años	6	2.6	3.0	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

**Género**

El 49,8% de la población encuestada es de género masculino, el 48,8% es femenino y se tiene 1,5% que se califica como indefinido para la investigación.

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	98	42.1	48.8	48.8
	Masculino	100	42.9	49.8	98.5
	Indefinido	3	1.3	1.5	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

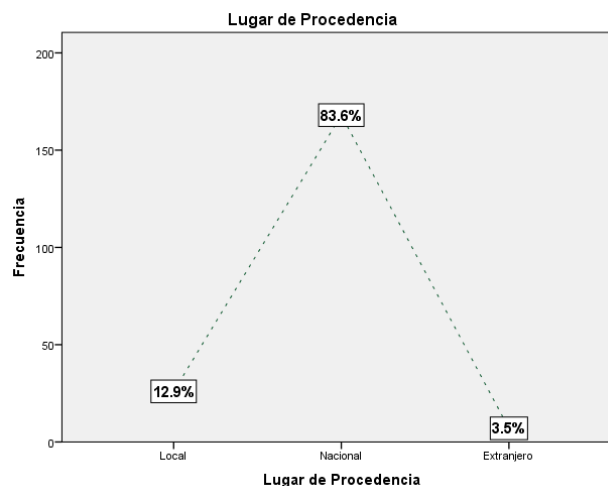


Lugar de Procedencia

Se obtiene que el 83,6% son de origen nacional especialmente de Quito, Sangolquí, Ambato, Guayaquil, Manta como procedencias predominantes de turistas; el 12,9% son locales provenientes de Cayambe, Ibarra, así como también de Otavalo y el 3,5% extranjeros provenientes de Estados Unidos, Francia y España.

Lugar de Procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Local	26	11.2	12.9	12.9
	Nacional	168	72.1	83.6	96.5
	Extranjero	7	3.0	3.5	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

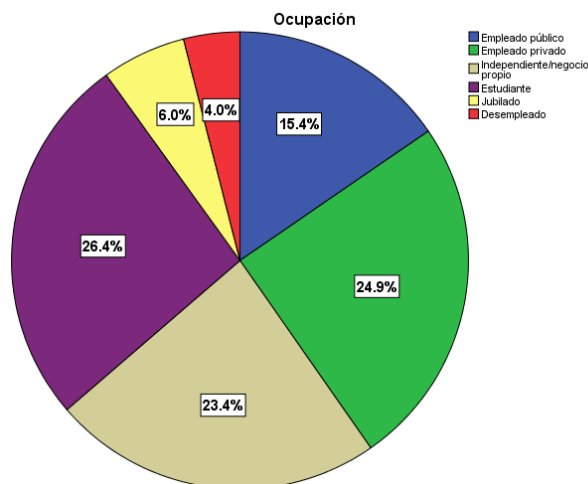


Ocupación

En la población encuestada se obtiene que el 26,4% son estudiantes, el 24,9% son empleados privados dedicados a empresas de servicios, el 23,4% menciona tener su negocio independiente. Por otra parte, se tiene el 15,4% que es empleado público y en menor cantidad siendo el 6% y 4% respectivamente que son personas jubiladas y desempleadas.

Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Empleado público	31	13.3	15.4	15.4
	Empleado privado	50	21.5	24.9	40.3
	Independiente/negocio propio	47	20.2	23.4	63.7
	Estudiante	53	22.7	26.4	90.0
	Jubilado	12	5.2	6.0	96.0
	Desempleado	8	3.4	4.0	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		



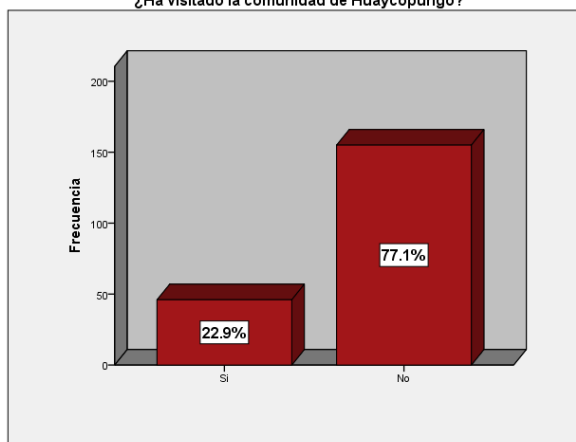
Visita a la comunidad de Huaycopungo

Entre los encuestados se menciona que el 77,1% no ha visitado la comunidad de Huaycopungo, mientras que el 22,9% sí ha visitado la comunidad y obteniendo como observación por parte de los visitantes que es un lugar con gran potencial.

¿Ha visitado la comunidad de Huaycopungo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	46	19.7	22.9	22.9
	No	155	66.5	77.1	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

¿Ha visitado la comunidad de Huaycopungo?



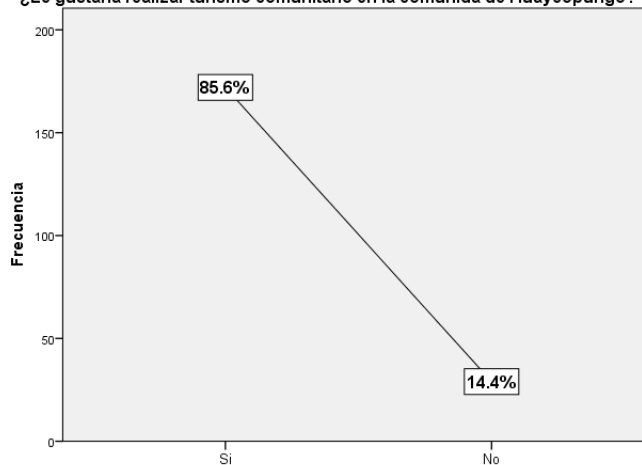
Turismo comunitario en Huaycopungo

Con respecto al deseo de realizar turismo comunitario en la comunidad de Huaycopungo el 85,6% mencionó que si le gustaría realizar turismo comunitario en el lugar y solo el 14,4% dijo que no estaría interesado por que les atrae otro tipo de turismo como de aventura.

¿Le gustaría realizar turismo comunitario en la comunida de Huaycopungo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	172	73.8	85.6	85.6
	No	29	12.4	14.4	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

¿Le gustaría realizar turismo comunitario en la comunida de Huaycopungo?



Motivación de visita

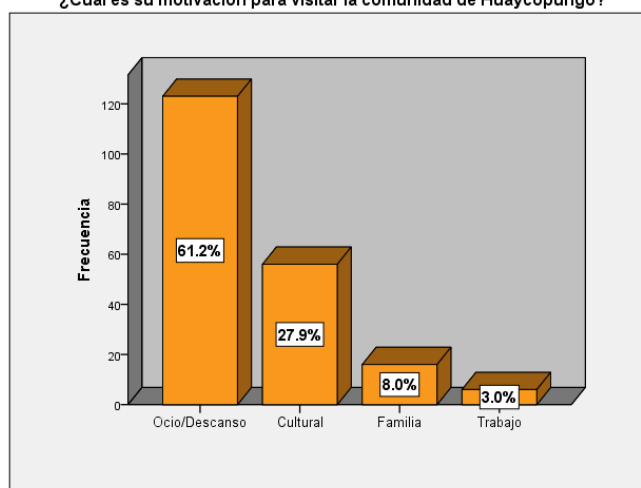
Su principal motivación al visitar la comunidad de Huaycopungo se obtiene que el 61,2% es por Ocio/Descanso el 27,9% es por motivos culturales conocer más sobre la comunidad tanto sus costumbres como tradiciones, el 8% es para visitar a la familia y

en menor cantidad se tiene el 3% que visita el lugar por trabajo.

¿Cuál es su motivación para visitar la comunidad de Huaycopungo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ocio/Descanso	123	52.8	61.2	61.2
	Cultural	56	24.0	27.9	89.1
	Familia	16	6.9	8.0	97.0
	Trabajo	6	2.6	3.0	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

¿Cuál es su motivación para visitar la comunidad de Huaycopungo?

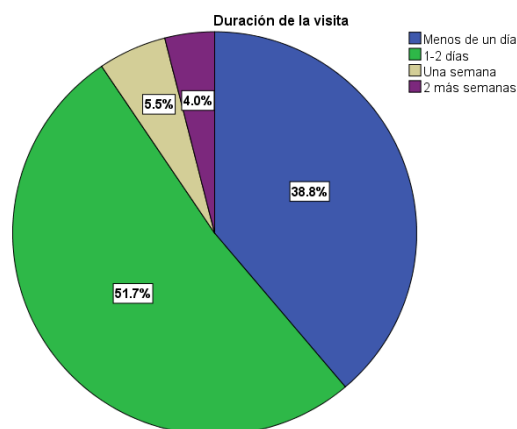


Duración de la visita

El 51,7% de los encuestados dijeron que el tiempo de visita sería de 1-2 días, el 38,8% menos de un día y en menor proporción el 5,5% menciona quedarse una semana y el 4% 2 semanas o más.

Duración de la visita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de un día	78	33.5	38.8	38.8
	1-2 días	104	44.6	51.7	90.5
	Una semana	11	4.7	5.5	96.0
	2 más semanas	8	3.4	4.0	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

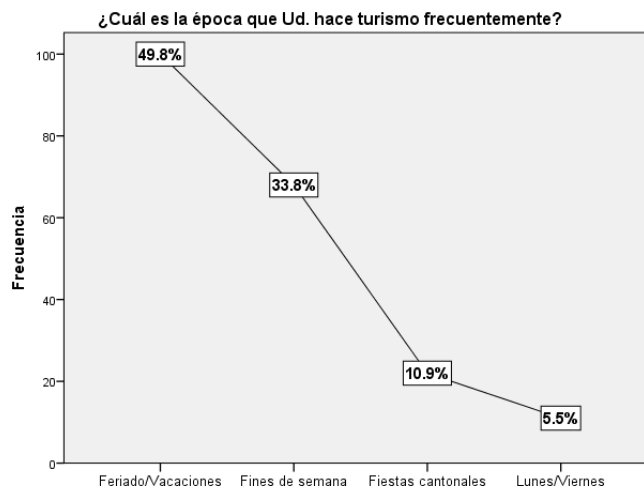


Época de turismo

El 49,8% de los visitantes mencionan que hacen turismo en San Rafael, en época de feriado/vacaciones, el 33,8% los fines de semana, el 10,9% en fiestas cantonales y de lunes a viernes el 5,5% destacando aquí que los ciudadanos extranjeros son los que visitan en este ítem.

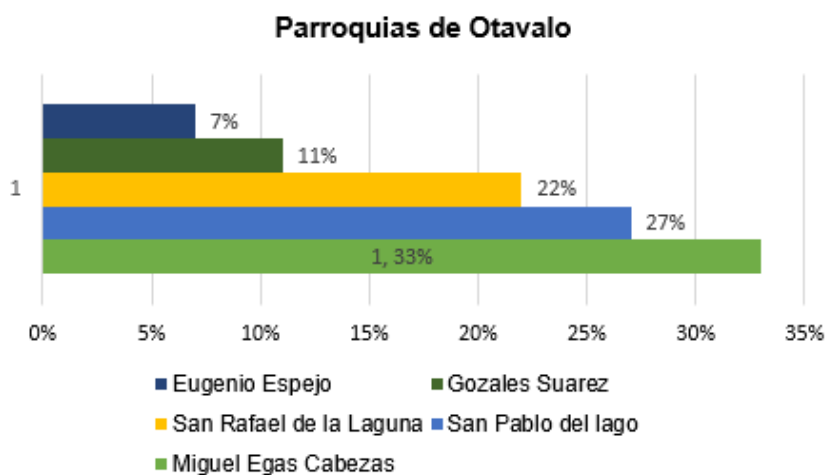
¿Cuál es la época que Ud. hace turismo frecuentemente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Feriado/Vacaciones	100	42.9	49.8	49.8
	Fines de semana	68	29.2	33.8	83.6
	Fiestas cantonales	22	9.4	10.9	94.5
	Lunes/Viernes	11	4.7	5.5	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		



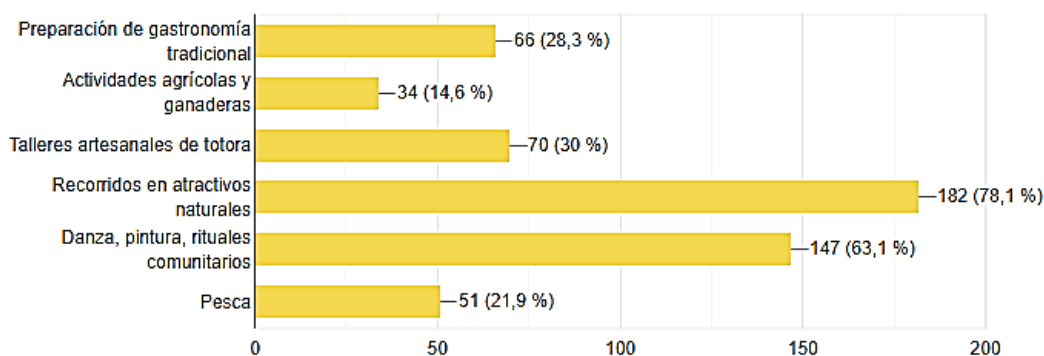
Parroquias del cantón Otavalo

Respecto a la pregunta de las parroquias que conocen del cantón Otavalo se obtiene que el 33% conoce la parroquia Miguel Egas Cabezas por el atractivo turístico de Peguche, el 27% la parroquia San Pablo del Lago por el Lago San Pablo, el 22% la parroquia de San Rafael de la laguna, y después se obtiene que el 11% de los encuestados conoce González Suárez y el 7% Eugenio Espejo.



Actividades de turismo comunitario

El 78,1% mencionaron que desean realizar recorridos en atractivos naturales, el 63,1% eligió danza, pintura y rituales comunitarios, el 30% dijo que desea realizar talleres artesanales de totora, por otra parte, el 28,3% se encuentran interesados en preparación de gastronomía tradicional y finalmente el 21,9% decidieron la actividad de pesca al realizar turismo comunitario. Se debe tener en cuenta que los visitantes encuestados podían elegir varias opciones de actividades de su preferencia.

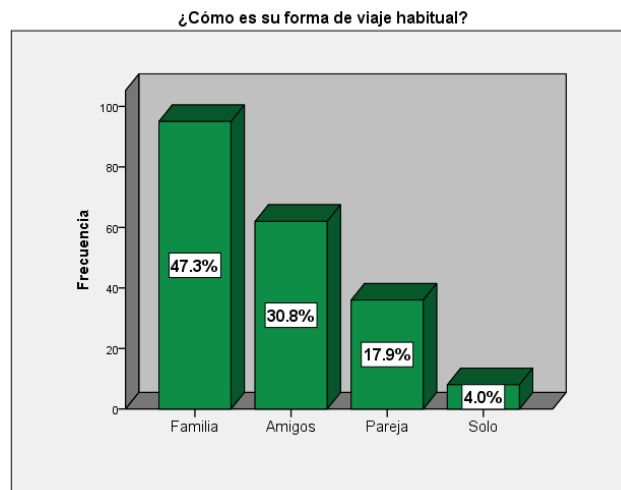


Forma de viaje

Respecto a la forma de viaje de los visitantes el 47,3% viaja con Familia, el 30,8% con amigos, el 17,9% con pareja y lo restante que equivale al 4% viaja solo.

¿Cómo es su forma de viaje habitual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Familia	95	40.8	47.3	47.3
	Amigos	62	26.6	30.8	78.1
	Pareja	36	15.5	17.9	96.0
	Solo	8	3.4	4.0	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

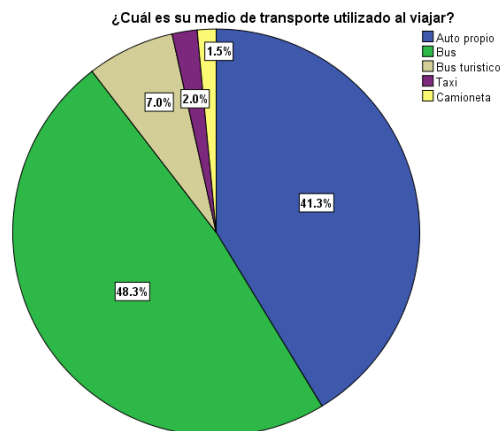


Medio de transporte

Se obtiene que al tomar un medio de transporte el 48,3% viaja en bus, el 41,3% se transporta en auto propio, el 7% en bus turístico, y finalmente se tiene que el 2% y el 1,5% corresponden a que los visitantes se trasladan en taxi y camioneta al momento de viajar para realizar turismo.

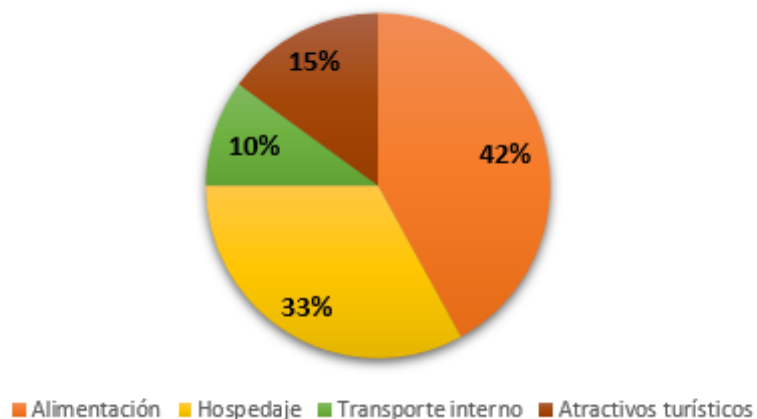
¿Cuál es su medio de transporte utilizado al viajar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Auto propio	83	35.6	41.3	41.3
	Bus	97	41.6	48.3	89.6
	Bus turístico	14	6.0	7.0	96.5
	Taxi	4	1.7	2.0	98.5
	Camioneta	3	1.3	1.5	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		



Facilidades turísticas

Al realizar la investigación se obtiene que el 42% elige la alimentación como un servicio turístico al momento de visitar un atractivo turístico, el 33% utiliza hospedaje en su recorrido, el 15% visita uno o más atractivos turísticos y solo el 10% se transporta en transporte interno por el cantón y la parroquia.



Paquete turístico en Huaycopungo

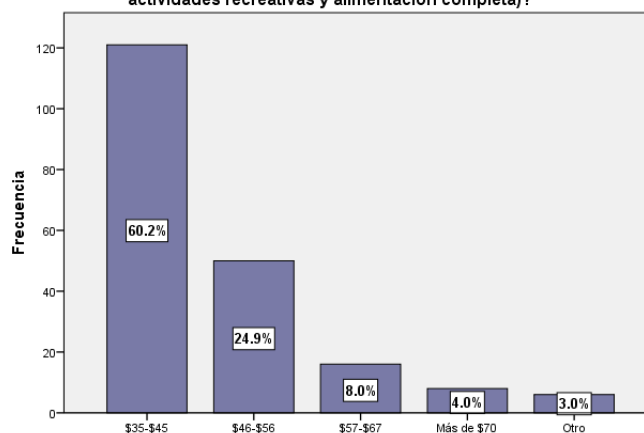
Los resultados arrojaron la predisposición de pago del turista que visita la comunidad de Huaycopungo de acuerdo a una segmentación de precios, dando como resultado el 60,2% que pagaría entre \$35 y \$45, el 24,9% pagaría de \$46 y \$56, en menores cantidades se tiene que el 8% gastará entre \$57 y \$67 y el 4% tendrá un

presupuesto más de \$70 para una persona con todos los servicios mencionados incluidos. Finalmente, el 3% pagaría menos de \$35.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por una noches dos días en la comunidad de Huaycopungo (incluido alojamiento en la comunidad, 2 actividades recreativas y alimentación completa)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$35-\$45	121	51.9	60.2	60.2
	\$46-\$56	50	21.5	24.9	85.1
	\$57-\$67	16	6.9	8.0	93.0
	Más de \$70	8	3.4	4.0	97.0
	Otro	6	2.6	3.0	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por una noches dos días en la comunidad de Huaycopungo (incluido alojamiento en la comunidad, 2 actividades recreativas y alimentación completa)?



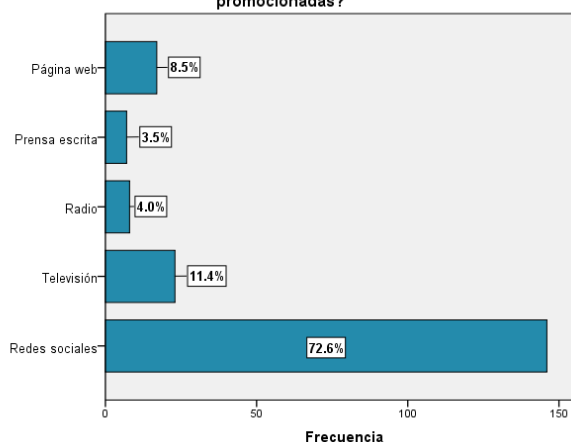
Promoción de actividades

El 72,6% prefieren por redes sociales, el 11,4% desea ver publicidad por televisión, el 8,5% por páginas webs oficiales de la parroquia, el 4% desea utilizar medio tradicionales como la radio y el 3,5% por prensa escrita y los mismos encuestados dijeron que desean afiches, volantes con información sobre la comunidad de Huaycopungo.

¿Cómo desearía que las actividades de la comunidad de Huaycopungo sean promocionadas?

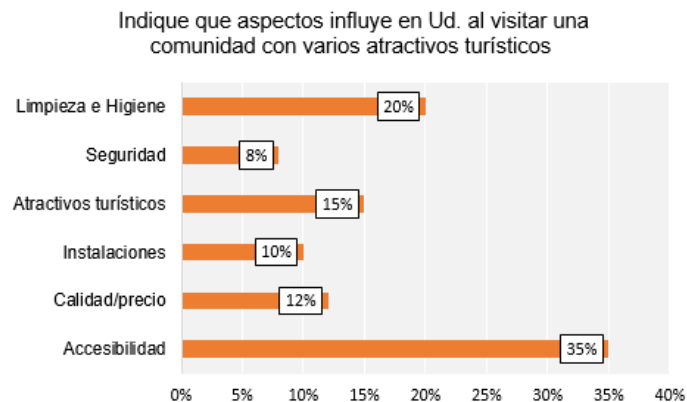
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Redes sociales	146	62.7	72.6	72.6
	Televisión	23	9.9	11.4	84.1
	Radio	8	3.4	4.0	88.1
	Prensa escrita	7	3.0	3.5	91.5
	Página web	17	7.3	8.5	100.0
	Total	201	86.3	100.0	
Perdidos	Sistema	32	13.7		
Total		233	100.0		

¿Cómo desearía que las actividades de la comunidad de Huaycopungo sean promocionadas?



Aspectos de influencia

Para obtener un mejor análisis se investiga los aspectos más influyentes al momento de visitar una comunidad y así recomendar o regresar al sitio. Por lo tanto, se obtiene que el 35% necesita que exista una buena accesibilidad, el 20% considera importante la limpieza e higiene tomando en consideración la época de la pandemia que se vive en la actualidad, el 15% desea que exista atractivos turísticos naturales y culturales de interés, después se obtiene que el 12% desea que exista calidad/precio al momento de visitar la comunidad y por último se tiene las instalaciones adecuadas para mejorar la comodidad personal.



Encuestas Pobladores

En base a la muestra no probabilística aleatoria de 75 encuestados con el fin de determinar el desarrollo local en base al turismo comunitario, dentro de las familias pertenecientes a la comunidad de Huaycopungo se obtiene los siguientes resultados:

Edad

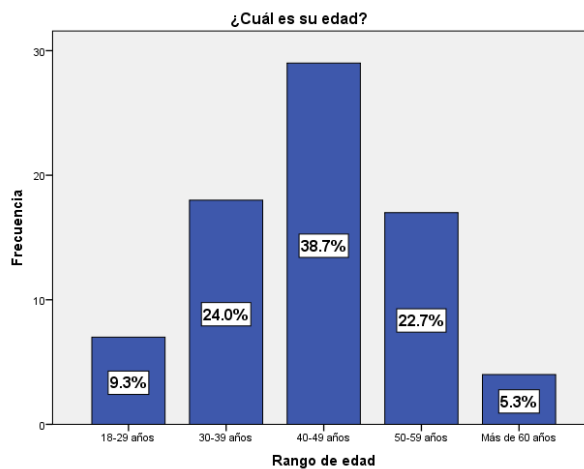
El 38,7% de los pobladores oscila una edad entre 40 y 49 años, seguido del 24% de 30 a 39 años en menor cantidad siendo el 22,7% en un rango de 50 y 59 años y el 9,3% entre a 18 a 29 años, finalmente se obtiene un 5,3% adultos mayores con más de 60 años.

Figura 8.

Edad

¿Cuál es su edad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 18-29 años	7	9.3	9.3	9.3
30-39 años	18	24.0	24.0	33.3
40-49 años	29	38.7	38.7	72.0
50-59 años	17	22.7	22.7	94.7
Más de 60 años	4	5.3	5.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	



Género

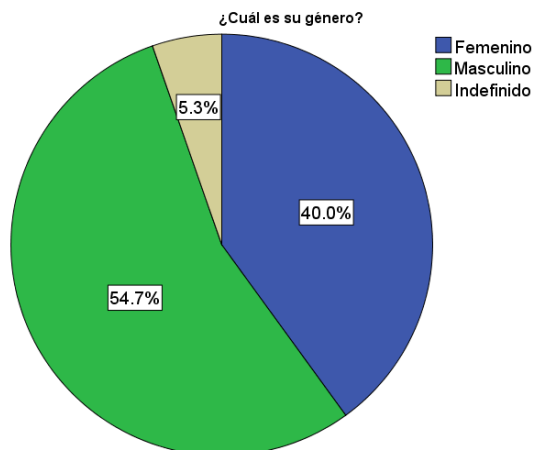
Se obtiene que el 54,7% de la población posee un género masculino, el 40% femenino y el restante 5.3% es indefinido.

Figura 9.

Género

¿Cuál es su género?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	30	40.0	40.0	40.0
	Masculino	41	54.7	54.7	94.7
	Indefinido	4	5.3	5.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	



Formación académica

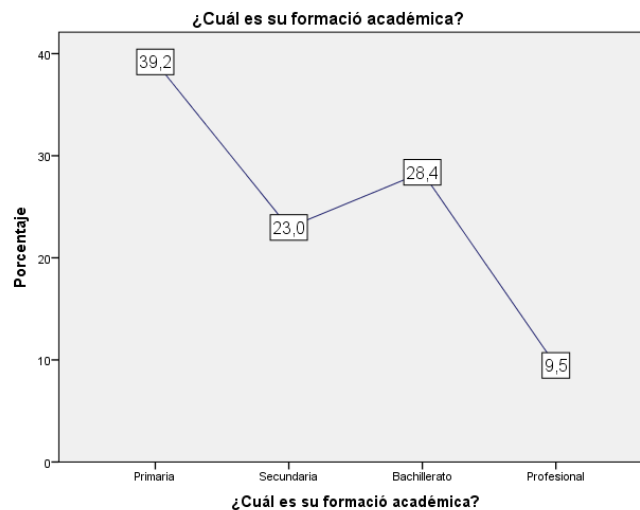
Los resultados arrojaron que el 39,2% posee una instrucción primaria, el 28,4% posee una formación de bachillerato como siguiente el 23% tiene la secundaria, y el 9% tiene educación superior de tercer grado.

Figura 10.

Formación académica

¿Cuál es su formación académica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	29	38,7	39,2	39,2
	Secundaria	17	22,7	23,0	62,2
	Bachillerato	21	28,0	28,4	90,5
	Profesional	7	9,3	9,5	100,0
	Total	74	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		75	100,0		

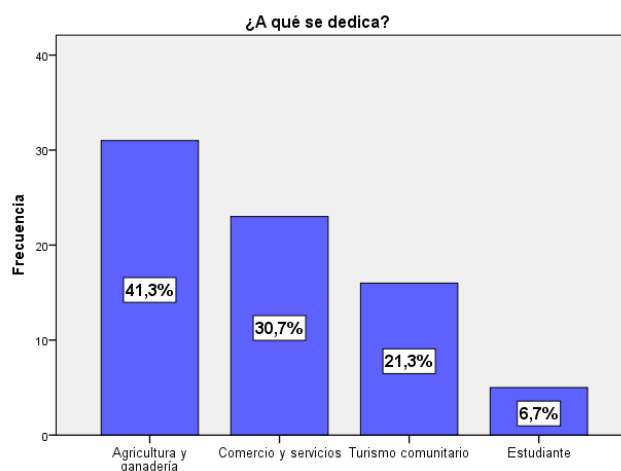


Laboral

La gran parte de la población siendo el 41,3% se dedica a una actividad productiva de agricultura y ganadería, el 30,7% a actividades de comercio y servicios, siendo el 21,3% a turismo comunitario su principal fuente de ingresos; mientras que el 6,7% son estudiantes.

Figura 11.*Actividad laboral***¿A qué se dedica?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agricultura y ganadería	31	41,3	41,3	41,3
	Comercio y servicios	23	30,7	30,7	72,0
	Turismo comunitario	16	21,3	21,3	93,3
	Estudiante	5	6,7	6,7	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

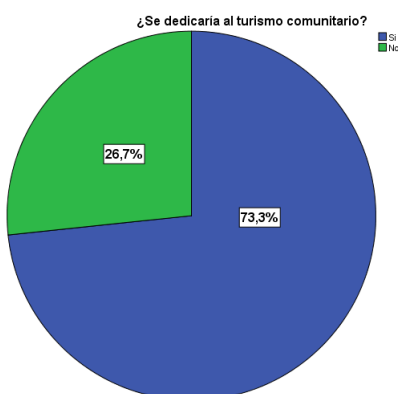
**Turismo Comunitario**

El 73,3% de la población afirmó querer dedicarse al turismo comunitario siendo su actividad productiva principal, siendo solo el 26,7% que no se encuentran interesados por que se dedican a otro sector o desconocimiento de las ventajas del turismo comunitario como desarrollo local.

Figura 12.*Turismo comunitario*

¿Se dedicaría al turismo comunitario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	55	73,3	73,3	73,3
	No	20	26,7	26,7	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

**Interés del GAD**

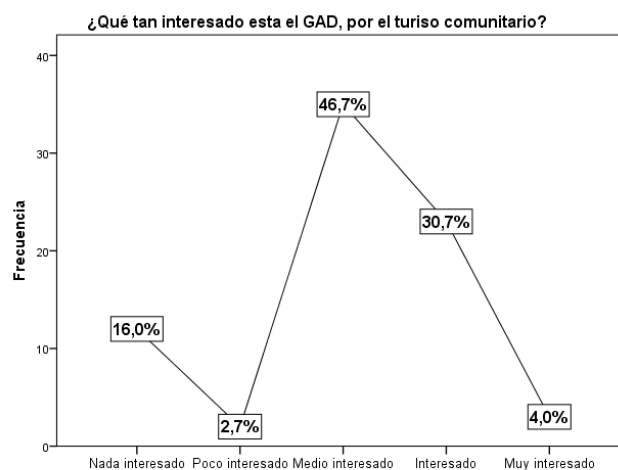
Los pobladores mencionaron sobre el interés que tiene el GAD parroquial entorno a la comunidad, donde el 46,7% se encuentra medio interesado, el 30,7% dice que está interesado, el 16% nada interesado y en menor cantidad siendo el 4% y 2,7% se siente muy interesado y poco interesado respectivamente.

Figura 13.

Interés del GAD

¿Qué tan interesado esta el GAD, por el turismo comunitario?

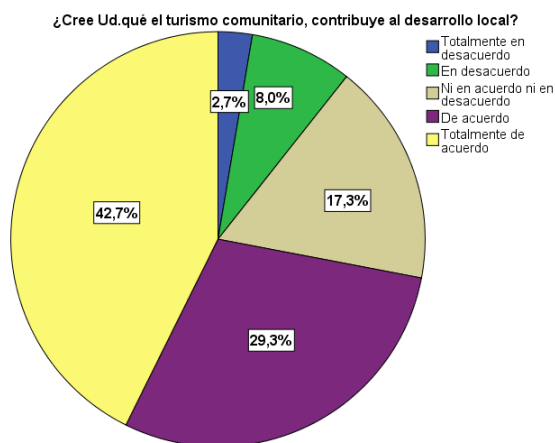
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada interesado	12	16,0	16,0	16,0
	Poco interesado	2	2,7	2,7	18,7
	Medio interesado	35	46,7	46,7	65,3
	Interesado	23	30,7	30,7	96,0
	Muy interesado	3	4,0	4,0	100,0
Total		75	100,0	100,0	

**Desarrollo local**

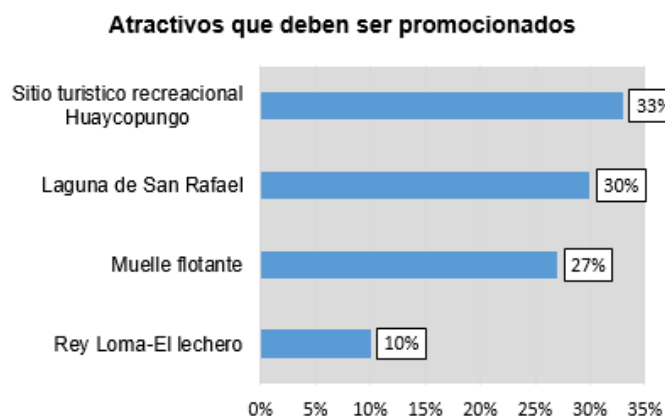
EL 42,7% dice estar totalmente de acuerdo, el 29,3% de acuerdo, 17,3% menciona estar ni en acuerdo ni en desacuerdo y en menores cantidades siendo el 8% en desacuerdo y el 2,7% dice estar totalmente en desacuerdo.

Figura 14.*Desarrollo local***¿Cree Ud. que el turismo comunitario, contribuye al desarrollo local?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	2	2,7	2,7	2,7
En desacuerdo	6	8,0	8,0	10,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	13	17,3	17,3	28,0
De acuerdo	22	29,3	29,3	57,3
Totalmente de acuerdo	32	42,7	42,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

**Atractivos turísticos**

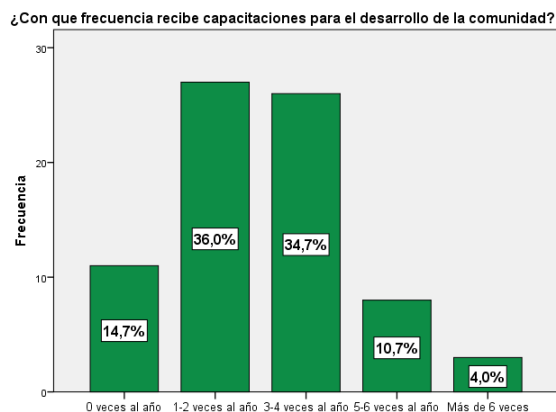
Los pobladores mencionaron que el sitio turístico recreacional Huaycopungo debe ser promocionado en un 33%, el 30% la laguna de San Rafael que queda en la parroquia, el 27% dijo que el muelle flotante y el 10% dijo que necesita mejor difusión el atractivo de Rey Loma conocido como el lechero.

Figura 15.*Difusión de atractivos***Frecuencia de capacitaciones**

El 36% de los pobladores menciona que reciben capacitaciones de turismo comunitario o similares de 1 a 2 veces al año, el 34,7% de 3 a 4 veces al año, el 14,7% menciona no recibir ninguna capacitación al año, el 10,7% de 5 a 6 veces y finalmente el 4% más de 6 veces al año.

Figura 16.*Frecuencia de capacitaciones***¿Con que frecuencia recibe capacitaciones para el desarrollo de la comunidad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0 veces al año	11	14,7	14,7	14,7
1-2 veces al año	27	36,0	36,0	50,7
3-4 veces al año	26	34,7	34,7	85,3
5-6 veces al año	8	10,7	10,7	96,0
Más de 6 veces	3	4,0	4,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

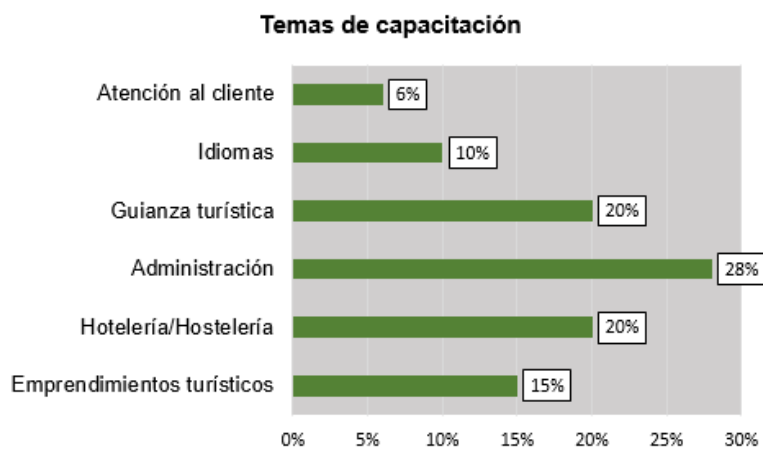


Temas de capacitación

En los temas que desean capacitarse los pobladores se obtiene que el 28% está interesado en administración, seguido del 20% entre hotelería/hostelería y guianza turística, el 15% desea saber sobre emprendimientos turísticos, después se tiene el 10% que desean aprender nuevos idiomas para comunicarse con el turista y finalmente solo el 6% desea capacitaciones sobre atención al cliente aclarando algunos de ellos que saben recibir a los turistas de una forma adecuada.

Figura 17.

Capacitaciones



Asociación de turismo comunitario

Los encuestados mencionan que el principal problema para realizar una asociación de turismo comunitario es lo económico con un 36% ya que dicen no tener capital inicial para comenzar la actividad, seguido del 26% con el desconocimiento de como formar dicha actividad, así también el 16% dice que la organización es lo que no permite llegar a crear un grupo adecuado y solo el 6% piensa que es por compromiso

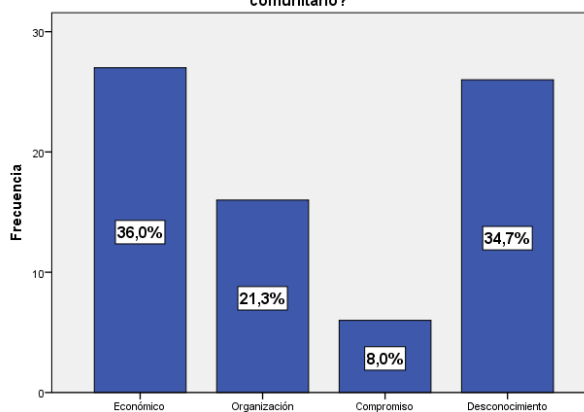
Figura 18.

Asociación de turismo comunitario

¿Cuál cree que es el principal problema para formar una asociación de turismo comunitario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Económico	27	36,0	36,0	36,0
	Organización	16	21,3	21,3	57,3
	Compromiso	6	8,0	8,0	65,3
	Desconocimiento	26	34,7	34,7	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

¿Cuál cree que es el principal problema para formar una asociación de turismo comunitario?



Calidad de vida

El 66,7% de los pobladores dicen que el turismo comunitario ayudaría a mejorar la calidad de vida de sus hogares, así como el aspecto económico y social, en cambio el 33,3% menciona que no cambiaría en nada la calidad de vida que tienen.

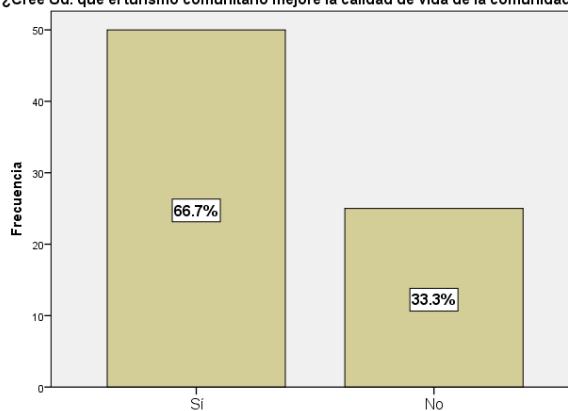
Figura 19.

Calidad de vida

¿Cree Ud. que el turismo comunitario mejore la calidad de vida de la comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sí	50	66.7	66.7	66.7
No	25	33.3	33.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

¿Cree Ud. que el turismo comunitario mejore la calidad de vida de la comunidad?



Conservación de patrimonio natural y cultural

Respecto a que la comunidad y miembros de la misma están interesados en la conservación del patrimonio natural y cultural, se obtiene que el 48% está interesado, el 28% muy interesado, el 17,3% se encuentra medio interesado y por último el 5,3% y el 1,3% está nada y poco interesado en mantener conservados los lugares naturales y culturales.

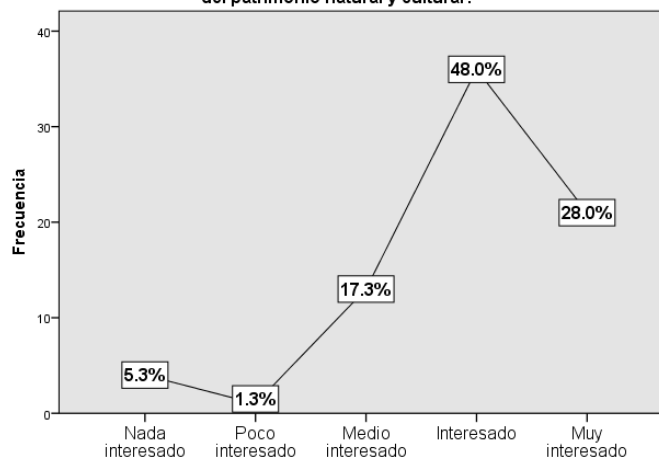
Figura 20.

Conservación de patrimonio

¿Cree qué la comunidad de Huaycopungo está interesada en la conservación del patrimonio natural y cultural?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Nada interesado	4	5.3	5.3	5.3
Poco interesado	1	1.3	1.3	6.7
Medio interesado	13	17.3	17.3	24.0
Interesado	36	48.0	48.0	72.0
Muy interesado	21	28.0	28.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

¿Cree qué la comunidad de Huaycopungo está interesada en la conservación del patrimonio natural y cultural?



Triangulación de las entrevistas

Tabla 12.

Triangulación de entrevistas

Información-Categoría	Entidades públicas y privadas		
	Entrevista		Intersección Elementos Coincidentes
	GAD	Asociación	
Planes de desarrollo	ALTO	BAJO	Trabajan en conjunto
Planes de Gestión ambiental	ALTO	MEDIO	Organización de la comunidad
Emprendimientos turísticos	MEDIO	ALTO	Sacan provecho al recurso de la Titora
Planes estratégicos locales	MEDIO	MEDIO	Ayuda del cantón
Instrumento de desarrollo	BAJO	MEDIO	Se lo ve como alternativa
Plan de promoción	MEDIO	BAJO	Apoyo de asociaciones
Información-Categoría	Entidades comunitarias		
	Entrevista		Intersección Elementos Coincidentes
	Presidente	Emprendimiento	
Apoyo de entidades	BAJO	MEDIO	Solo del GAD
Actividades productivas	MEDIO	MEDIO	Artesanías
Tipo de organización	MEDIO	BAJO	Mingas
Capacitaciones	BAJO	BAJO	Servicio al cliente
Protocolos de bioseguridad	BAJO	BAJO	Dispuestos por el COE
Atraer visitantes	MEDIO	BAJO	Medios digitales y redes sociales

Entrevistas 1

La presente entrevista está dirigida a Susana Oyagato Vocal del GAD parroquial y al señor Juan Carlos Tocagón de la Asociación Balsas de Titora que posee mayor afluencia de visitantes.

Fecha: 20 de diciembre 2020

1. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezará a ejecutar.

Dentro de la comunidad hay dos proyectos turísticos por el espacio público, en esta pandemia se cerró todo, tenemos proyectos de la comunidad pensados para los niños, se estima que en un año se pueda realizar para que haya más atracciones en la comunidad, ya que la única atracción es las Balsas de Totorá, otro plan de desarrollo es la construcción de hospedaje, conjuntamente con unos compañeros ya que necesitamos recursos y técnicos que nos ayuden para el desarrollo la elaboración.

2. Poseen planes de gestión ambiental y manejo de residuos entorno a sus atractivos turísticos

Si poseemos planes de gestión ambiental justamente la idea también es hacer turismo y a la vez conservar lo que tenemos aquí en el lago San Pablo, antes se hacía una vez al año la minga hoy se realiza dos veces al año justamente porque es el río Itambi el más grande que desemboca en el lago San Pablo, que inicia desde Cajas y trae basura por lo cual limpiamos y manejamos los residuos con el recolector de basura.

El manejo de residuos es coordinado por el GAD parroquial para hacer mingas de recolección de desechos por ejemplo en el Lago y en coordinación con las instituciones hacemos mingas dos a tres veces al año.

3. ¿Cuáles son los emprendimientos turísticos que se ofrecen en la comunidad de Huaycopungo?

Tenemos emprendimientos turísticos por medio de asociaciones que están organizados a través de las familias, los mismos comuneros, dentro de ello están cuatro asociaciones Balza De Totorá, Casa Blanca, Kuricocha Y Puerto Totoral que se dedican

entre feriados y fines de semana a prestar servicios de canoas, balsas de totora, gastronomía y artesanías.

4. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con Municipio o Gobierno provincial

No ha participado la comunidad en planes estratégicos, mucha gente de aquí emigra a otros países para trabajar y nosotros no queremos hacer eso, ya que la gente se está interesando en la parte turística, esperemos que en unos años tengamos más atracciones y se involucren las autoridades para que nos puedan ayudar.

5. El turismo comunitario es considerado como un instrumento importante de desarrollo para la población de Huaycopungo

No, tal vez en un porcentaje sería un 10 % ya que mucha gente se dedica a otras actividades como son la agricultura y el comercio fuera del país.

El turismo comunitario es una nueva actividad para nosotros porque antes la gente se dedicaba a otras actividades, ahora veo que la gente se está empezando a interesar en el turismo ya que ayuda a mejorar la economía de las familias y de toda la comunidad.

6. ¿Existe un plan de promoción a la parroquia y a la comunidad de Huaycopungo para los visitantes? ¿Si no existe cual es el motivo para que no se haya realizado?

No tenemos un plan de promoción a la parroquia, lastimosamente entramos en pandemia por lo que se ha generado crisis mundial y no hay presupuesto para el área turística y con lo poco que tenemos estamos haciendo algo para no perder lo que hemos construido en años.

Lo que hemos hecho como GAD parroquial es lo que está en proyectos a través de la prefectura de Imbabura, Municipio de Otavalo que ayudan a promocionar una a dos veces al año, hemos coordinado con la prefectura de la dirección de turismo y del municipio a periodistas internacionales.

Entrevistas 2

La presente entrevista está dirigida al presidente de la comunidad Alberto Hinojoza y a Dolores Espinosa Villagrán de la Asociación Kuricocha un emprendimiento turístico de la comunidad de Huaycopungo

Fecha: 20 de diciembre 2020

- 1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas.**

De ninguna, pero esperamos la ayuda de alguna institución.

El GAD parroquial hace poco nos ayudó con el puente del río Itambi y con bioseguridad.

- 2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas. Y cuáles son los atractivos turísticos más relevantes de la zona**

Las actividades más rentables son balsas de totora, artesanías en totora y el cultivo de fresas ya que se exporta a otros lugares. entre los atractivos turísticos más relevantes de la zona son las esteras, los paseos en las balsas de totora y el lago San Pablo.

- 3. ¿Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad?**

Se tiene cuatro organizaciones La Balsa De Totora, Casa Blanca, Cochapungo Y Puerto Totoral

4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: minga, trabajo en grupo, asamblea comunitaria u otros.

Todos los miembros son activos en las mingas cada mes, realizado por las cuatro asociaciones sirven y trabajan, realizan limpieza de las calles, los residuos se recolectan y son recogidos por el camión de la basura mientras los restos orgánicos se ponen en la naturaleza.

5. ¿Cómo consideraría que se está manejando el turismo comunitario en Huaycopungo?

El turismo comunitario recién está empezando, están haciendo un esfuerzo para bien, el porcentaje que se maneja es un 45 % en el turismo comunitario; en este mes se ha incrementado un poco más, el turismo debido a las fiestas y eventos, en especial se reciben turistas cuando se arrienda las balsas de totora ya que realizan fiestas en ellas en el día o en la noche y hasta se contrata discomóvil.

Hace tres años comenzamos con el deseo de que el turismo comunitario se convierta en una fuente de ingresos en la comunidad, estamos empezando a reactivarnos debido a la cuarentena que nos mantuvo encerrados dos meses.

¿Qué capacitaciones turísticas ha recibido la comunidad, o cuales les gustaría?

La comunidad no recibe capacitaciones, pero nos gustaría que nos ayuden con todos los temas de turismo sean en gastronomía, atención al cliente, hospedaje ya que con eso nos ayudaría a tener un mejor conocimiento para brindar un mejor servicio.

6. ¿Qué planes de bioseguridad se manejan para recibir a los turistas?

No tenemos un plan de bioseguridad estamos solo con lo que nos indicó el GAD parroquial hasta el momento que tenemos que utilizar mascarilla, alcohol, desinfectar los

billetes y la entrada, tenemos en la entrada un tapate con desinfectante para que entre al local y tomar precaución con los turistas.

7. ¿Cómo comunidad que están realizando para atraer visitantes, teniendo en cuenta la pandemia como emergencia sanitaria?

Los visitantes se guían al sector turístico por la Balsa De Totora, cada viernes se promocionan los platos por facebook personales de cada miembro de la asociación, colada morada, fritadas, caldo de gallina, tilapias, morocho con empanadas y otras cositas más.

Mediante la Balsa De Totora, se ofrece campeonato de fútbol para el mes de enero ya que es el cumpleaños de la comunidad, se manejan dos páginas de redes sociales de balsa de totora y casa blanca.

Capítulo IV

Propuesta

Introducción

Las condiciones de las comunidades son diferentes dependiendo del sector y su forma habitual de vida; por lo tanto, el turismo comunitario llega a ser un gran potencial para los pobladores más vulnerables, siendo un eje de desarrollo económico, ambiental y social a través de la interculturalidad; llegando a ser núcleo de progreso y crecimiento.

Entre los aspectos positivos del turismo comunitario permite impulsar los ingresos a través de actividades recreacionales, siendo los turistas quienes hacen uso de las mismas; generando un flujo económico que se invierte en cubrir necesidades básicas como el acceso a la salud, educación o la alimentación; al mismo tiempo que evita que la población rural se vea obligada a migrar. Otro de los beneficios que obtiene la comunidad es la recuperación de su cultura y costumbres, protegiendo y cuidando de esta forma el entorno que les rodea.

Por lo tanto a través de la matriz FODA se plantea estrategias según los factores internos EFI y factores externos EFE para aprovechar las fortalezas con las oportunidades como valor de potencial turístico, así también se toma en cuenta para la investigación el proyecto de la Fundación CODESPA para realizar estrategias en base al componente estratégico, teórico y operativo; orientado a las necesidades de visitantes como pobladores, así como a desarrollar una oferta de servicios comunitario en los hogares de la comunidad. Para el estudio el eje dinamizador es el desarrollo local en la comunidad de Huaycopungo a través del turismo para beneficiar interna y externamente a las familias tanto en la venta de productos y servicios, como con la creación de empleos directos e indirectos, sin que tengan la necesidad de migrar a otras ciudades.

Planteamiento de estrategias

Para la investigación se tomó en consideración toda la información de fuentes primarias y secundarias a través del componente teórico (institucionalidad, asociatividad, emprendimientos comunitarios, valoración de patrimonio), componente estratégico (auto organización, planes de comercialización) y componente operativo (productos turísticos, promoción, difusión de aprendizaje). De esta manera se elabora el FODA de la comunidad de Huaycopungo

Tabla 13.

Fortalezas y Oportunidades

N°	Fortalezas	Oportunidades
1	Posee atractivos turísticos naturales dentro de la comunidad de Huaycopungo.	Crecimiento de la planta de totora en la parroquia.
2	Variedad de flora y fauna en la parroquia de San Rafael.	Espacio amplio para actividades recreacionales.
3	Emprendimientos comunitarios.	Atrae al turismo internacional.
4	Asociaciones comunitarias	Predisposición por parte de los pobladores
5	Mantener costumbres ancestrales	Organización por parte de las familias comunitarias

Tabla 14.

Debilidades y Amenazas

N°	Debilidades	Amenazas
1	Desinterés por la población joven	Deterioro de los recursos turísticos sin mantenimiento
2	Escasa difusión de la comunidad en medios oficiales	Descuido de educación ambiental
3	Insuficiente capacitación en temas relacionados al sector turístico	Aculturación
4	Desactualización de inventario de atractivos turísticos en la parroquia	Pandemia mundial de la enfermedad COVID-19

N°	Debilidades	Amenazas
5	Poco apoyo por parte de la empresa privada	Crisis económica del país

Evaluación de factores externos

Atribuir una calificación a cada uno, la cual se divide en cuatro valores entre 1 y 4 a cada uno de los factores, a efecto de indicar si el factor representa una debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fuerza menor (calificación = 3) o una fuerza mayor (calificación = 4). Así, las calificaciones se refieren a la eficacia de las estrategias tomando en cuenta el sector o área.

Tabla 15.

Matriz EFE

N°	Oportunidades	Calificación	Calificación ponderada	Valor
1	Crecimiento de la planta de totora en la parroquia.	4	0.28	0.07
2	Espacio amplio para actividades recreacionales.	4	0.24	0.06
3	Atrae al turismo internacional.	4	0.28	0.07
4	Predisposición por parte de los pobladores	3	0.12	0.04
5	Organización por parte de las familias comunitarias	3	0.15	0.05
N°	Amenazas	Calificación	Calificación ponderada	Valor
1	Deterioró de los recursos turísticos sin mantenimiento	1	0.05	0.05
2	Descuido de educación ambiental	2	0.12	0.06
3	Aculturación	1	0.03	0.03

N°	Amenazas	Calificación	Calificación ponderada	Valor
4	Pandemia mundial de la enfermedad COVID-19	2	0.08	0.04
5	Crisis económica del país	2	0.12	0.06
Valor ponderado			1,47	

Evaluación de factores internos

Una debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fuerza menor (calificación =3) o una fuerza mayor (calificación = 4).

Tabla 16.

Matriz EFI

N°	Fortalezas	Calificación	Calificación ponderada	Valor
1	Posee atractivos turísticos naturales dentro de la comunidad de Huaycopungo.	4	0.28	0.07
2	Variedad de flora y fauna en la parroquia de San Rafael.	3	0.15	0.05
3	Emprendimientos comunitarios.	3	0.18	0.06
4	Asociaciones comunitarias	4	0.20	0.05
5	Mantener costumbres ancestrales	3	0.15	0.03
N°	Debilidades	Calificación	Calificación ponderada	Valor
1	Desinterés por la población joven	1	0.04	0.04
2	Escasa difusión de la comunidad en medios oficiales	2	0.14	0.07
3	Insuficiente capacitación en temas relacionados al sector turístico	2	0.12	0.06

N°	Debilidades	Calificación	Calificación ponderada	Valor
4	Desactualización de inventario de atractivos turísticos en la parroquia	2	0.10	0.05
5	Poco apoyo por parte de la empresa privada	1	0.04	0.04
Valor ponderado			1,40	

Estrategias

Las estrategias fueron obtenidas por medio del FODA de la comunidad de Huaycopungo, mediante la investigación de campo se pudo determinar el cruce para obtener la maximización y minimización de cada factor intervenido.

Tabla 17.

Matriz de estrategias

Estrategia maximizar Fortalezas y Oportunidades		Estrategia maximizar Oportunidades y minimizar Debilidades	
-Posee atractivos turísticos naturales dentro de la comunidad de Huaycopungo.	-Crecimiento de la planta de totora en la parroquia.	-Crecimiento de la planta de totora en la parroquia.	-Desinterés por la población joven
-Variedad de flora y fauna en la parroquia de San Rafael.	-Espacio amplio para actividades recreacionales.	-Espacio amplio para actividades recreacionales.	-Escasa difusión de la comunidad en medios oficiales
-Emprendimientos comunitarios.	-Atrae al turismo internacional.	-Atrae al turismo internacional.	Insuficiente capacitación en temas relacionados al sector turístico
-Asociaciones comunitarias	-Predisposición por parte de los pobladores	-Predisposición por parte de los pobladores	-Desactualización de inventario de atractivos turísticos en la parroquia
-Mantener costumbres ancestrales	-Organización por parte de las familias comunitarias	-Organización por parte de las familias comunitarias	-Poco apoyo por parte de la empresa privada

Estrategia maximizar Fortalezas y minimizar Amenazas		Estrategia para minimizar amenazas y Debilidades	
-Posee atractivos turísticos naturales dentro de la comunidad de Huaycopungo.	-Deterioró de los recursos turísticos sin mantenimiento	-Deterioró de los recursos turísticos sin mantenimiento	-Desinterés por la población joven
-Variedad de flora y fauna en la parroquia de San Rafael.	-Descuido de educación ambiental	-Descuido de educación ambiental	-Escasa difusión de la comunidad en medios oficiales
-Emprendimientos comunitarios.	-Aculturación	-Aculturación	Insuficiente capacitación en temas relacionados al sector turístico
-Asociaciones comunitarias	-Pandemia mundial de la enfermedad COVID-19	-Pandemia mundial de la enfermedad COVID-19	-Desactualización de inventario de atractivos turísticos en la parroquia
-Mantener costumbres ancestrales	-Crisis económica del país	-Crisis económica del país	-Poco apoyo por parte de la empresa privada

- **Estrategia componente teórico:** Actualizar el inventario turístico de la comunidad de Huaycopungo en base a la metodología MINTUR para su correcta difusión.
- **Estrategia componente estratégico:** Organizar capacitaciones con conocimientos del área turística y hotelera, para los miembros de la comunidad de Huaycopungo.
- **Estrategia componente operativo:** Elaborar un tour de turismo comunitario con servicios complementarios incluidos en la comunidad de Huaycopungo

Estrategia 1: Jerarquización atractivos

Descripción de la estrategia

El inventario de atractivos turísticos en la comunidad de Huaycopungo, constituye un registro importante de los atractivos con valor natural, cultural; logrando oportunidades de atracción a nuevos visitantes que se interesan por el patrimonio turístico nacional. Se constituye como un instrumento que permite obtener información completa del sitio turístico tangible o intangible para una evaluación constante por parte de las entidades involucradas y sirve como herramienta de soporte al turista.

Objetivo de la estrategia


- Actualizar el inventario turístico de la comunidad de Huaycopungo en base a la metodología MINTUR, para su correcta difusión a nivel turístico.

Alcance de la estrategia: Mantener actualizado el reporte de atractivos turísticos por medio del GAD Parroquial y el MINTUR

A continuación, se presenta fichas resumen de los atractivos turísticos en base a la metodología MINTUR.

Tabla 18.

Hatun Kuraka Raymi

HATUN KURAKA RAYMI		Nº 1
Categoría	Manifestación cultural	Fotografía 
Tipo	Folcklore	
Subtipo	Manifestación religiosa, tradición y creencia popular	
Jerarquía	II	
Ubicación	Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Rafael de la Laguna	
Descripción	Fiesta de los Grandes Líderes, es una celebración que se lleva a cabo en el mes de enero de cada año, dura aproximadamente una semana y está programada con varios eventos culturales y actividades deportivas en su mayoría. Su inauguración se da con el Churuy Tuta, ritual de investidura del personaje ancestral del Coraza, quien desfila junto a la danza de los Pendoneros, iniciando desde el parque central de la parroquia hasta el estadio de la comunidad Huaycopungo, quien a su vez festeja su fundación.	
Accesibilidad y conectividad	La fiesta es de ingreso libre y para la participación en el campeonato deportivo se establecen ciertas condiciones. La vía principal y secundaria a la comunidad es de primer orden (adoquinado) y segundo orden (empedrado) y las vías alternas están lastradas, todas en buen estado y señalizadas.	
Planta turística/complementarios	Al ser una fiesta de larga duración requiere principalmente de servicios de alojamiento, alimentación y transporte interno que se encuentran en los alrededores de la comunidad.	
Estado de conservación del atractivo y su entorno	El atractivo se encuentra conservado por la constancia que mantienen los comuneros en la organización de la misma, siempre con el fin de preservar la cultura e identidad indígena.	
Higiene y seguridad turística	La comunidad y sus alrededores cuentan con todos los servicios básicos y un centro de salud en el centro de la parroquia.	
Políticas y regulaciones	La comunidad pertenece al PDOT de San Rafael, su administración es público – comunitaria y se cumple con los permisos necesarios para todas las actividades programadas.	

Actividades que se practican	A lo largo de la celebración se realizan desfiles, campeonato de fútbol intercomunal, rituales ancestrales y ceremoniales, juegos tradicionales y conciertos.
Difusión y medios de promoción	Local, la fiesta se difunde a través de medios físicos en periódicos y digitales en redes sociales y plataformas turísticas.
Tipo de visitante y afluencia	Acuden visitantes locales en su mayoría, nacionales y extranjeros solo a manera de excursionistas.
Recurso humano	Los propios comuneros de Huaycopungo son quienes se encargan de la organización del evento.

Tabla 19.


Vertiente Aliso Pogyo

VERTIENTE ALISO POGYO		Nº 2
Categoría	Atractivo natural	Fotografía 
Tipo	Río	
Subtipo	Vertiente	
Jerarquía	I	
Ubicación	Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Rafael de la Laguna	
Descripción	Fuente hídrica no registrada, de suelo arcilloso y con un 40% de pedregosidad. Actualmente se usa para la agricultura de cultivos y para consumo de viviendas aledañas. En sus alrededores se puede encontrar flora como: musgo, líquenes, chilca, penco y lechero.	
Accesibilidad y conectividad	La vía principal al atractivo es de primer orden (adoquinado) y las vías alternas son de segundo orden (empedrado), se encuentran en buen estado y están señalizadas. Es de acceso libre.	
Planta turística/complementarios	Existen ciertos establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas y guianza que se encuentran en los alrededores del atractivo y en el poblado más cercano. Sin embargo, no cuenta con facilidades turísticas adicionales.	
Estado de conservación del atractivo	Tiene un cierto grado de deterioro ya que existen agentes contaminantes externos como los residuos líquidos y sólidos provocados por la mano del hombre.	
Higiene y seguridad turística	Los alrededores del atractivo cuentan con los servicios básicos necesarios, aunque no hay una buena gestión de los residuos agrícolas y ganaderos que se producen en el sector.	

Políticas y regulaciones	El atractivo se encuentra dentro del PDOT de San Rafael, su administración es público – comunitaria y se cumple con los permisos necesarios para todas las actividades programadas.
Actividades que se practican	Es considerado como un lugar sagrado donde se realizan rituales como el Ñawi Maillay.
Difusión y promoción	El atractivo no cuenta con mayor difusión más que la promoción local.
Tipo de visitante y afluencia	Acuden visitantes locales en su mayoría, nacionales y extranjeros solo a manera de excursionistas.
Recurso humano	El atractivo no cuenta con recurso humano especializado en el turismo dirigido a este atractivo como tal.


Tabla 20.

Vertiente Utuju Pogyo

VERTIENTE UTUJU POGYO		Nº 3
Categoría	Atractivo natural	Fotografía 
Tipo	Río	
Subtipo	Vertiente	
Jerarquía	I	
Ubicación	Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Rafael de la Laguna	
Descripción	Fuente hídrica no registrada, de suelo arcilloso y con un 50% de pedregosidad. Actualmente se usa para la agricultura de cultivos nativos y para consumo de viviendas aledañas. En sus alrededores se puede encontrar como flora principal: líquenes, lechero y diente de león y como secundaria: maíz y eucalipto.	
Accesibilidad y conectividad	La vía principal al atractivo es de primer orden (adoquinado) y las vías alternas son de segundo orden (empedrado), se hallan en buen estado y están señalizadas. Su acceso es libre.	
Planta turística/complementarios	Existen ciertos establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas y guianza que se encuentran en los alrededores del atractivo y en el poblado más cercano. Sin embargo, no cuenta con facilidades turísticas adicionales.	
Estado de conservación del atractivo y su entorno	Tiene un cierto grado de deterioro ya que existen agentes contaminantes externos como los residuos líquidos y sólidos provocados por la mano del hombre.	
Higiene y seguridad turística	Los alrededores del atractivo cuentan con los servicios básicos necesarios, aunque no hay una buena gestión de los residuos agrícolas y ganaderos que se producen en el sector.	

Políticas y regulaciones	El atractivo se encuentra dentro del PDOT de San Rafael, su administración es público – comunitaria y se cumple con los permisos necesarios para todas las actividades programadas.
Actividades que se practican	Es considerado como un lugar sagrado donde se realizan rituales como el Ñawi Maillay.
Difusión y medios de promoción	El atractivo no cuenta con mayor difusión más que la promoción local.
Tipo de visitante y afluencia	Acuden visitantes locales en su mayoría, nacionales y extranjeros solo a manera de excursionistas.
Recurso humano	El atractivo no cuenta con recurso humano especializado en el turismo dirigido a este atractivo como tal.

Tabla 21.
Lago San Pablo

LAGO SAN PABLO		Nº 4
Categoría	Atractivo cultural	<p>Fotografía</p> 
Tipo	Ambiente lacustre	
Subtipo	Lago	
Jerarquía	III	
Ubicación	Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Pablo del Lago	
Descripción	También conocido como Imbacochoa, es un lago ubicado a los pies del volcán Imbabura, a 5 minutos de la ciudad de Otavalo. Se encuentra a 2700 msnm., tiene 583 hectáreas 48 metros de profundidad en el centro y 35 metros en sus orillas, las mismas que se encuentran en su mayoría cubiertas por la planta totora.	
Accesibilidad y conectividad	La vía principal al atractivo es de primer orden (asfaltado) y las vías alternas son de segundo orden (empedrado), se hallan en buen estado y están señalizadas. Su acceso es libre.	
Planta turística/complementarios	Al estar ubicado en un lugar céntrico dentro del cantón, se puede encontrar una planta turística (alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, transporte, guianza), facilidades turísticas (de apoyo a la gestión turística, de observación, de recorrido y descanso) y servicios complementarios (parqueadero, venta de artesanías, muelles) completos.	
Estado de conservación del atractivo y su entorno	Se encuentra en proceso de deterioro, ya que se presencian factores tanto naturales (erosión, flora, fauna, clima, fenómenos geológicos) como antrópicos (condiciones de uso y exposición, contaminación del medio ambiente, generación de residuos, expansión urbana).	

Higiene y seguridad turística	No cuenta con infraestructura de los servicios básicos como tal, pero en sus alrededores y comunidades contiguas sí cuentan con los servicios básicos completos.
Políticas y regulaciones	El atractivo se encuentra dentro del PDOT de San Pablo, su administración es público – comunitaria y se cumple con los permisos necesarios para todas las actividades programadas.
Actividades que se practican	En superficie acuática: Paseo en lanchas, paseo en balsa de totora, paseo en moto acuática, kayak, velerismo y natación. En septiembre, en la celebración de las fiestas del Yamor, se organiza una competencia deportiva del cruce a nado en cierto tramo del lago. En superficie terrestre: senderismo, cicloturismo, actividades recreativas, cabalgata, caminata, fotografía, etc. En el aire: Parapente, globo aerostático.
Difusión y medios de promoción	Tiene un nivel de difusión internacional ya que junto al Volcán Imbabura es un atractivo con gran potencial turístico por lo que en su mayoría tiene un turismo receptivo. Se lo promociona a través de medios físicos en periódicos y digitales en redes sociales y plataformas turísticas.
Tipo de visitante y afluencia	El perfil de visitantes es de procedencia local, nacional y extranjera, tanto turista como excursionista en temporada alta y temporada baja
Recurso humano	El atractivo cuenta con personal local y externo especializado para cumplir actividades turísticas como tal, con diferentes niveles de instrucción y manejo de idiomas.

Tabla 22.

Planta totora


PLANTA TOTORA		Nº 5
Categoría	Manifestación cultural	Fotografía 
Tipo	Folcklore	
Subtipo	Artesanías y artes	
Jerarquía	Recurso	
Ubicación	Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Pablo del Lago	
Descripción	Es una de las plantas nativas de la zona andina que se caracteriza por ser perenne, fasciculada, no muy voluminosa, de tallo liso y largo y raíces fibrosas. Tiene varios usos especialmente medicinales y como material de construcción.	
Accesibilidad y conectividad	Principalmente se encuentra en los alrededores del lago San Pablo con accesos de primer orden en buen estado.	
Planta turística/complementarios	No aplica.	
Estado de conservación del atractivo y su entorno	Esta planta se encuentra en estado de conservación. Al tener espigas hermafroditas y abundantes su reproducción se asegura por sí sola.	
Higiene y seguridad turística	No aplica.	
Políticas y regulaciones	No aplica.	
Actividades que se practican	Las comunidades aledañas de la parroquia San Pablo como la de Cachiviro y Huaycopungo, utilizan su fibra para manufacturar y comercializar artesanías de varios formas y diseños (caballos, barcos, lámparas, adornos de mesa, canastas, etc.) con el propósito de venderlas a los turistas que visitan el lugar, convirtiéndose así en su principal fuente de ingreso económico familiar. Dicha comercialización se da incluso a nivel internacional por la asociación Totora Sisa.	
Difusión y medios de promoción	No aplica.	
Tipo de visitante y afluencia	No aplica.	
Recurso humano	No aplica.	

Tabla 23.

Muelle flotante

MUELLE FLOTANTE		Nº 6
Categoría	Manifestación cultural	Fotografía 
Tipo	Arquitectura	
Subtipo	Histórica (civil, religiosa, militar, vernácula)	
Jerarquía	I	
Ubicación	Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Rafael de la Laguna	
Descripción	De nombre original Kaimanta Rijuna que significa “Desde aquí”, este muelle - mirador flotante inaugurado el 13 de octubre del 2015, es un atractivo turístico ubicado a orillas del lago San Pablo que surge del emprendimiento por parte de la Asociación Rey Mola Cocha, de la comunidad de Cachiviro, en conjunto con el proyecto de tres arquitectas italianas, con el fin de fomentar el turismo en su localidad. Su estructura es de seike, colorado y carrizo, consta de 6 módulos estáticos y 7 flotantes sobre tanques de plástico.	
Accesibilidad y conectividad	Aunque se encuentra en el sector de la comunidad de Cachivito del lago San Pablo, este último cuenta con accesos de primer orden en buen estado.	
Planta turística/ complementarios	En sus alrededores, se presta el servicio de alimentos y bebidas y servicios complementarios como artesanías.	
Estado de conservación del atractivo y su entorno	El atractivo se encuentra en estado conservado por el constante mantenimiento que le dan los mismos comuneros.	
Higiene y seguridad turística	La comunidad y sus alrededores cuentan con todos los servicios básicos y un centro de salud en el centro de la parroquia.	
Políticas y regulaciones	La comunidad pertenece al PDOT de San Rafael, su administración es pública – comunitaria y se cumple con los permisos necesarios para las actividades que allí se realizan.	
Actividades que se practican	Paseo en lancha alrededor del Lago San Pablo, columpio gigante, senderismo y fotografía.	
Difusión y medios de promoción	Por ser un atractivo relativamente nuevo tiene hasta el momento un nivel de difusión nacional.	
Tipo de visitante y afluencia	Acuden visitantes locales en su mayoría, nacionales y extranjeros solo a manera de excursionistas.	

Recurso humano	Los propios comuneros de Cachiviro son quienes se encuentran ofertando los servicios y productos de venta en las cercanías del muelle.
-----------------------	--

Estrategia 2: Capacitaciones a la comunidad

La capacitación a los miembros de la comunidad consiste en impartir conocimientos sobre turismo comunitario, hotelería, gastronomía, atención al cliente y emprendimientos turísticos para así desarrollar el dinamismo en la actividad turística del lugar, aprovechando los recursos del sitio. Esta estrategia va dirigida para las personas que ya laboran en el sector turístico y así puedan actualizar sus conocimientos y las que desconocen en absoluto para que tengan la oportunidad de adquirir conocimientos y así promocionar a la comunidad de manera responsable.

Se empleó el uso de diversos recursos como los humanos que vienen por parte profesionales de áreas multidisciplinarias para contribuir a la capacitación de las personas del lugar, de la dirección de turismo de GAD municipal y estudiantes de turismo como de hotelería que deban cumplir con horas de vinculación o prácticas pre profesionales.

Objetivo de la estrategia:

- Capacitar a la comunidad en temas de turismo, hotelería, gastronomía, atención al cliente y emprendimientos turísticos mediante talleres sencillos para enriquecer la oferta del lugar y de esa manera poder promocionar y aportar a la reactivación del turismo.

Tabla 24.*Capacitaciones*

Estrategia	Acciones	Lugar	Duración	Responsables	Presupuesto	Dirigido a
Capacitar a la comunidad en temas de turismo, hotelería, gastronomía, atención al cliente y emprendimientos turísticos mediante talleres sencillos para enriquecer la oferta del lugar y de esa manera poder promocionar y aportar a la reactivación del turismo.	<ul style="list-style-type: none"> – Elaborar contenidos de capacitación para cada tema planteado dentro de los lineamientos del turismo comunitario. – Contactarse con los estudiantes de turismo y hotelería que deban cumplir las horas de vinculación ya que ellos van a impartir los cursos, así como los profesionales de áreas multidisciplinarias de la dirección del GAD municipal para contribuir a la capacitación de las personas – Evaluación y Seguimiento 	Salón comunal	<p>Se realizará por día los fines de semana dos veces al mes durante tres meses</p> <p>Una vez al año por cuatro años</p>	Dirección de turismo de GAD municipal, MINTUR y los facilitadores serán los estudiantes que deban cumplir con horas de vinculación o prácticas pre profesionales.	Usd 7169.6 dólares americanos durante la capacitación por los cuatro años los cuales incluyen útiles de oficina, copias, refrigerios, proyector y los certificados	Comunidad de Huaycopungo

Estrategia 3: Tour de turismo comunitario

Descripción de la estrategia

Huaycopungo posee un alto potencial turístico en cuanto a su patrimonio cultural, debido a que cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales, sin embargo, carece de una oportuna promoción turística. Por lo tanto, es importante integrar todos los atractivos que dan realce al lugar empleando una ruta turística, lo cual permitirá difundir el potencial patrimonial con el que cuenta la comunidad y a su vez lograr concientizar la importancia de la conservación de los diferentes atractivos del lugar para alcanzar un desarrollo turístico.

Objetivo de la estrategia

- Diseñar un tour turístico que acapare todos los atractivos turísticos naturales y culturales del lugar para su correcta promoción y publicidad, consiguiendo un incremento en la afluencia de turistas además de un desarrollo en la comunidad.

Tabla 25.

Objetivo estratégico

Estrategia	Acciones	Responsables	Duración	Presupuesto
Diseñar un tour turístico que ayude a fomentar el desarrollo en Huaycopungo	<ul style="list-style-type: none"> – Creación y diseño del Tour. – Publicidad del tour en página web y redes sociales. 	Equipo técnico del GAD munnicipal, MINTUR	3 meses	\$ 325.00
	– Diseño de tour en material POP.			
	– Impresión de publicidad.			
	– Distribución de material POP.			
	– Hacer letreros con publicidad.			
	– Colocar letreros publicitarios.			
Fidelizar a los clientes existentes y nuevos	– Realizar propaganda con la imagen de la comunidad.	Equipo técnico del GAD municipal, MINTUR Comunidad	3 meses	\$ 1000,00
	– Realizar promociones en feriados.			
	– Aplicar descuentos en los servicios turísticos.			
	– Brindar estímulos económicos al personal de la planta turística.			

Diseño del tour turístico

Nombre: “El encanto del Coraza”

Slogan: La magia a lo desconocido

Marca

La creación de la marca es importante para la propuesta del tour turístico, debido a que, ayudará a reconocer y diferenciar de otras alternativas que tengan los turistas, se presenta en la siguiente investigación un ejemplo de marca, sin embargo, se debe mencionar que para una correcta creación de marca se requiere un apropiado estudio técnico.

Para el diseño de la marca propuesta se ha considerado como isotipo al “Coraza” un personaje representativo de la comunidad de Huaycopungo, dicho personaje es el jefe de la comunidad, en cuanto al logotipo se utilizó el nombre del tour. Se empleó los colores amarillo y naranja porque representa el gozo, la alegría y la energía positiva de los miembros de la comunidad; el color azul en el detalle de la vestimenta del Coraza porque proyecta la fuerza, liderazgo y sabiduría del lugar.

Figura 21.

Marca del tour turístico



Tour turístico

Las actividades establecidas en este itinerario se realizaron en base a los resultados arrojados en las encuestas a turistas como a pobladores y a las entrevistas a los actores principales sin embargo el tour es un modelo piloto que se adoptó a un fin de semana. Este itinerario podría ser modificado en cuanto a actividades o emprendimientos turísticos que luego surjan además, se debe considerar que es importante promocionar la fiesta de los grandes líderes “Hatun Kuraka Raymi”.

El paquete turístico tendría un costo de USD 45 dólares en donde se incluye:

- Traslado
- Guía Local
- 1 noche de alojamiento en Cabañas Balcón del Lago
- Box Lunch
- 2 desayunos
- 2 almuerzos
- 1 cena
- Paseo en balsa totora o lancha
- Visita a miradores El Lechero y Mira Lago
- Taller explicativo de elaboración de productos a base de totora

No incluye

- Detalles no especificados
- Propinas

Que llevar

- Gafas de sol
- Gorra

- Abrigo térmico o chompa
- Zapatos cómodos
- Cámara fotográfica

Mapa de la ruta turística “El encanto del Coraza”

Figura 21.

Mapa de la ruta turística ““El encanto del Coraza”

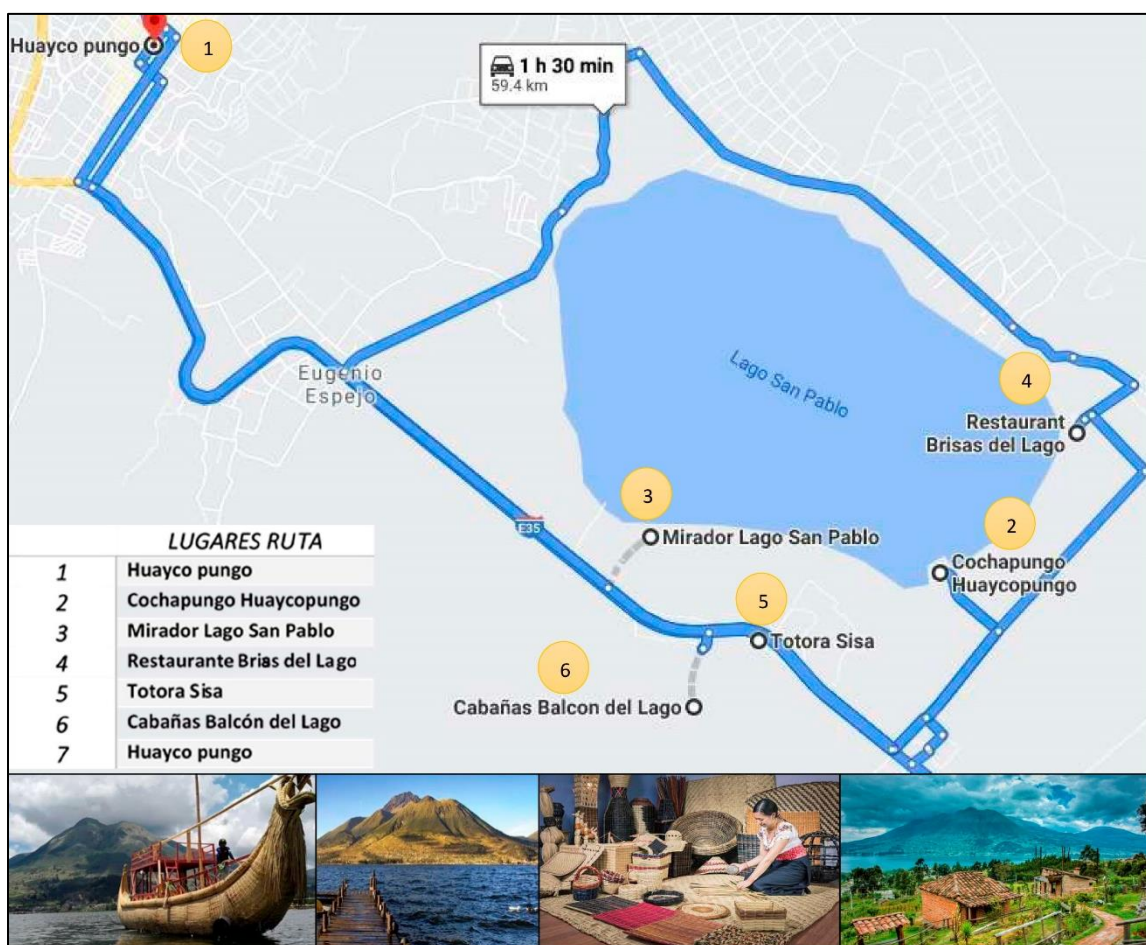


Tabla 26.*Itinerario del tour turístico*

Día 1				
Hora	Lugar	Actividades	Encargado	Duración
8:00	Cocha Wasi	Degustar un desayuno con productos de la comunidad. Además, se podrá disfrutar del paisaje y los juegos recreacionales que existen en el lugar.	Guía local y dueño del restaurante	1 h 30 min
9:30	Bus	Dirigirse al primer lugar a visitar e ir guiando el trayecto de la ruta	Chofer y Guía local	25 min
9:55	Cochapungo Huaycopungo	Paseo en balsa totora o lancha	Guía local o quién dirija al grupo	2 h 30 min
12:25	Bus	Dirigirse al segundo lugar a visitar y entrega de box lunch	Chofer y Guía local	15 min
12:40	Lago de San Pablo	Disfrutar de los miradores "El Lechero" y " Mira Lago" y realizar la actividad en el columpio del lago.	Guía local o quién dirija al grupo	2 h 30 min
15:10	Restaurantes Brisas del Lago	Degustar de la comida típica del lugar con platos a elegir. Sugerencia trucha	Guía local y dueño del restaurante	1 h 30 min
16:40	Bus	Dirigirse a Totora Sisa y compra de artesanías	Chofer y Guía local	25 min
17:05	Totora Sisa	Taller explicativo para la elaboración de productos a base de la totora y compra de algún producto	Representante de Totora Sisa	3 h

20:05	Bus	Dirigirse al establecimiento de alojamiento	Chofer y Guía local	2 min
20:07	Cabañas Balcón del Lago	Acomodación para descansar	Guía local y responsable del establecimiento de alojamiento	30 min
20:37	Cabañas Balcón del Lago	Merienda y actividad de integración	Guía local y responsable del establecimiento de alojamiento	1 h 30 min
Día 2				
8:00	Restaurante la Estación	Desayuno	Guía local y responsable del establecimiento	1 h 30 min
9:30	Bus	Dirigirse a la comunidad Huaycopungo	Chofer y Guía local	20 min
9:50	Villagrán Pugro	Explicación del valor cultural de lugar, debido a que en la antigüedad fue un centro ceremonial sagrado para los pobladores nativos	Guía local o quién dirija al grupo	2 h
11:50	Comunidad Huaycopungo	Despedida con preparación de rituales y un almuerzo organizado por la comunidad	Comunidad Huaycopungo	3 h

Conclusiones

Con el trabajo de investigación realizado y acorde al análisis de la revisión bibliografía se concluye que el turismo comunitario genera un impacto positivo en las comunidades a través de los factores económicos, ambientales y socio culturales.

Mediante la visita de campo y las encuestas se determinó el tipo de turista, sus inquietudes del manejo de la bioseguridad por la emergencia sanitaria, sus necesidades como la accesibilidad, el precio y la calidad, sus expectativas en la variedad de atractivos turísticos lo que permitirá brindar un servicio de calidad en el futuro.

Huaycopungo posee una variedad de atractivos naturales y culturales, los cuales son una oportunidad para su aprovechamiento turístico, por ello se propone estrategias como la creación de un tour turístico el cual atraerá a nuevos visitantes a la localidad incrementando la afluencia de turistas y a su vez la actualización del inventario de atractivos turísticos el cual permitirá el correcto manejo de sus recursos y su correcta difusión.

De igual forma se propone estrategias basadas en el diagnóstico actual, potencializando el turismo comunitario en Huaycopungo; se obtiene que la mayor cantidad de habitantes se encuentran en la parte rural y poseen necesidades de educación, salud y seguridad. De ahí surge la importancia de las capacitaciones de servicios al cliente en temas turísticos a la población y tratar de mitigar o solucionar la problemática de planta turística, ya que esto afecta directamente al desarrollo de las actividades.

Recomendaciones

Es recomendable aplicar las estrategias mencionadas para mejorar el desarrollo local en la comunidad de Huaycopungo.

A través de las estrategias en conjunto con las encuestas y entrevistas realizadas se busca mecanismos para la generación de recursos propios mejorando la calidad de vida y la capacidad de autogestión para promover el progreso de la comunidad de Huaycopungo, donde se recomienda estudiar a fondo los principales elementos de turismo interno y las características de sus visitantes, ya que constituyen el principal sector de relevación de la actividad turística en la demanda.

Se recomienda que el Ministerio de Turismo aperture y facilite proyectos turísticos por medio de capacitaciones a los pobladores para dar a conocer a nivel general los recorridos que ofrece el lugar como su correcta promoción turística.

Aumento de participación del GAD municipal con la comunidad con el seguimiento de las capacitaciones con el fin de brindar un servicio que genere mayor satisfacción a los visitantes.

Bibliografía

- Aguilar, S., & Barroso, J. (2015). La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa. *Píxel-Bit Medios y Educación*, 73-88.
- Alcañiz, M. (mayo de 2018). *El desarrollo local en el contexto de la globalización*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v15n47/v15n47a11.pdf>
- AME. (2017). *Asociación de Municipalidades Ecuatorianas*. Obtenido de Cantón Otavalo: <https://ame.gob.ec/2010/05/20/canton-otavalo/>
- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Estadística para Administración y Economía*. México: CENGAGE Learning.
- Avilés, E. (2018). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de Geografía del Ecuador: <http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/san-rafael-imbabura/>
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). *Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente*. Obtenido de Revista interamericana de Ambiente y Turismo: <http://riat.atalca.cl/index.php/test/article/viewFile/218/pdf>
- Berenice, K. (2014). La importancia de las Comunidades Indígenas, sus lenguas y culturas. *revista pueblos*.
- Blasco, J., & Pérez, J. (2007). *“Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes*. España: Club Universitario.
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2017). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *Espacios*, 28.
- Cabanilla, E., & Garrido, C. (2018). *El turismo Comunitario en el Ecuador*. Quito: UIDE.
- Carrión, J. (2007). *Estrategia, de la visión a la acción*. Madrid: ESIC.
- Cevallos, M. (15 de 09 de 2015). *Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia San Rafael*. Obtenido de Plan de desarrollo y ordenamiento territorial: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060019600001_PDOT%20SAN%20RAFAEL_27-10-2015_11-48-56.pdf

- Coca, A. (2016). El turismo comunitario en el mundo de la globalización. El caso de los quichuas amazónicos. *Gazeta de Antropología*, 15.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución vigente*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/CONSTITUCI%C3%93N-DE-LA-REP%C3%9ABLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Covarrubias, R. (2015). Evaluación del potencial en sitios turísticos a través de metodologías participativas. *eumed.net*, 101.
- El Comercio. (19 de 10 de 2017). *Tendencias*. Obtenido de Coraza Ñan se asoció para fomentar el turismo rural: <https://www.elcomercio.com/tendencias/corazanan-turismorural-imbabura-tradiciones-intercultural.html>
- FEPTCE. (2011). *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador*. Obtenido de Código de operaciones de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE: http://www.feptce.org/images/stories/contenido/marco_legal/06-codigo-de-operaciones-feptce-2011-2013.
- Fundación CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA*. Obtenido de Una Experiencia Regional Andina: <https://www.codespa.org/app/uploads/modelo-gestion-turismo-rural-comunitario.pdf>
- Gad Parroquial San Rafael de la Laguna. (02 de 02 de 2015). *Reseña Histórica*. Obtenido de <http://www.sanrafaeldelalaguna.gob.ec/index.php/pages/2015-02-02-15-05-34>
- GADMO. (03 de 2015). *Municipio de San Rafael*. Obtenido de Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura : <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Cantonal/PDOT%20OTAVALO.pdf>
- García, E. (2014). Desarrollo sostenible. *OpenStax CNX*.
- Gil, D., Espitia, J., & Sánchez, J. (2016). Modelo de Turismo Comunitario para San Basilio de Palenque . *Cafam* , 55-63.

- Gobierno Autónomo Descentralizado. (2019). *Cantón Otavalo*. Obtenido de <https://www.otavalo.gob.ec/otavalo/situacion-geografica.html>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo. (2015). *PDOT*. Obtenido de Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO_PDOT/PDOT-Oavalo.pdf
- Gómez, D., & Martín, J. (2014). Desarrollo endógeno y Latinoamérica. *Investigación Científica y Tecnológica*, 117-128.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba Argentina: Brujas.
- Harmann, R. (2012). Conceptos básicos en la actividad turística. *Academia*, 4.
- Harold, G., & Rosa, S. (2009). Community-Based Tourism: a success? *gtz*, 2-37.
- Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable. *Journal of Travel Research*, 239-245.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2017). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. *Tipologías y antecedentes de la actividad turística*, 17-33.
- INEC. (2011). *Información Censal*. Obtenido de Población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/POBLACION+POR+SEXO,+SEGUN+PROVINCIA,+PARROQUIA+Y+CANTON+DE+EMPADRONAMIENTO/>
- Ley de turismo. (2012). *Congreso Nacional*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

- Linares, L., & Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio*, 453-466.
- Ministerio de Turismo. (2017). *Sitio oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador, datos estadísticos*. Obtenido de MNTUR:
<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>.
- Ministerio de Turismo. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Obtenido de MINTUR:
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Molano, O. (07 de Mayo de 2007). Identidad Cultural, un concepto que innova. *Opera(7)*, 73.
- Morales, J. (2012). La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau. *ReiS*, 129-146.
- Munasinghe, M. (1993). Problemas ambientales y decisiones económicas en países en desarrollo. *World development*, 1729-1748.
- OMT. (2011). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de Desarrollo Sostenible:
<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Organización Mundial de Turismo. (2008). *UNWTO Tourism Definitions*. Madrid: DOI:
<https://doi.org/10.18111/9789284420858>. Obtenido de OMT.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una población a Estudio*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Palacios, C. (2016). Turismo comunitario en ecuador: ¿quo vadis? *Dialnet*, 597-614.
- Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, 06-37.
- Pazpuezám, J. (2017). *DISEÑO DE CICLO RUTAS TURÍSTICAS EN LA PARROQUIA SAN RAFAEL, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6662/1/PIUIETH007-2017.pdf>

- Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 113-130.
- Procasur. (2011). *Manejo del Turismo Comunitario-Ecuador*. Obtenido de FIDA: [http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20\(Documento%20Tem%23U00e1tico\)%202011%2011%2020.pdf](http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20(Documento%20Tem%23U00e1tico)%202011%2011%2020.pdf)
- Reyes, M., & Ortega, Á. (2017). Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio Pastaza. *Estudios cooperativos*, 27.
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012). *Turismo Responsable Sostenibilidad y Desarrollo Local Comunitario*. Obtenido de Dialnet- [TurismoResponsableSostenibilidadYDesarrolloLocalCo-525510.pdf](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=525510)
- Rodas, M., Ullauri, Narcisa, Sanmartin, & Iliana. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *Universidad de Especialidades turísticas*, 60-77.
- Roux, F. (2013). *Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios*. Quito: FEPTCE.
- Ruiz, M., Borboa, M., & Rodríguez, J. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *TLATEMOANI Revista Académica de Investigación*, 1-25.
- Santana, C., & Atiencia, M. (2014). Turismo Comunitario. Reflexiones. *RES NON VERBA*, 68-81.
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una Vida*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>
- Secretaría de Turismo de México. (2008). *SECTUR*. Obtenido de Glosario de terminos: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

- SECTUR. (2004). *Secretaría de Turismo*. Obtenido de Turismo Alternativo una nueva forma de turismo: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/05/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>
- Senplades. (2015). *Normas para la inclusión de programas y proyectos en los planes de inversión pública*. Obtenido de Guía y lineamientos: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Guia_general-par_la_presentaci%C3%B3n_de_proyectos_de_inversi%C3%B3n.pdf
- Senplades. (2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021*. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Shum, Y. M. (18 de 06 de 2018). *Social Media, Marketing, SEO, Marca Personal*. Obtenido de Matriz de evaluación de factores externos (Matriz EFE – MEFE): <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/#:~:text=El%20%C3%A9xito%20de%20una%20estrategia,aprovechar%20para%20aumentar%20el%20crecimiento%20>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Décimocuarta ed.). Mexico D.F., México: McGraw-Hill. Recuperado el 03 de Enero de 2017, de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- UNESCO. (2016). *Líneas Generales*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- Vázquez-Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales*, 183-210.

Anexos